

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

入学要求：高中(中职)毕业生或具备同等学力者

修业年限：3 年，实行弹性学制，学生可通过学分认定、积累、转换等办法，在 2-6 年内完成学业。

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。 项目策划主管：方案策划、资源统筹、进度把控、风险应对、	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：战略思维、创意策划、统筹管理、风险预判、

				团队管理、效果复盘。	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、处理突发行政问题。	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。

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、职业道德与创新意识，秉持爱岗敬业职业精神和精益求精工匠精神，拥有较强就业创业能力与可持续发展能力；掌握现代商务管理、数字营销、商务数据分析、电子商务运营等与时代接轨的知识和技术技能，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管理与代理工作，为地方经济发展提供有力支撑的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识、能力和职业态度方面达到以下要求。

1. 素质

（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）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；

（3）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；

（4）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；

（5）具有良好的人文素养与科学素养；

（6）具有社会责任感和担当精神；

（7）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，具有会参与意识；

（8）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，具有“诚信经营、客户至上”的职业理念和服务“区域商贸经济高质量发展”的职业理想；

（9）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。

2. 知识

（1）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，熟悉民商法律基础等法律法规；掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识，了解相关行业文化，树立合规从业意识；

（2）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；

（3）掌握思想政治理论、中华优秀传统文化及职业生涯规划、就业指导、创新创业相关知识；

（4）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；

（5）掌握信息技术基础知识，以及电子商务、商务办公、商务数据分析等相关知识；

（6）掌握管理学、经济学等基础理论知识；

（7）掌握客户服务、商务礼仪与沟通、品牌策划与推广、市场调研与数据分析、现代经纪人实务、商务策划实务、商务代理实务等专业核心知识，适配岗位核心需求；

(8) 掌握数字营销、财务管理等专业基础理论知识；

(9) 了解商务谈判与沟通、应用文写作、企业经营管理、人力资源管理、新媒体营销、货运代理、报关与报检实务等专业拓展知识。

3. 能力

(1) 掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关技能；

(2) 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；

(3) 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；

(4) 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；

(5) 具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能，能熟练操作商务办公软件、运用信息技术处理业务；

(6) 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，能通过持续学习适应商务领域的动态变化；

(7) 具有客户服务与关系维护能力，能响应客户需求、处理售后问题，如客户服务实务课程培养的客户感知与问题解决能力；

(8) 具有信息整合与数据处理能力，能收集、整理各类商务信息，运用商务数据分析知识对数据进行归纳分析并形成报告；

(9) 具有创新创业能力，能结合专业知识发现商机、开展创新实践，如创新创业教育课程培养的创新思维与创业规划能力；

(10) 具有风险识别与应对能力，能在业务开展中预判风险、处理突发状况，如现代经纪人实务、项目策划主管岗位要求的风险把控与应急处理能力。

(11) 具有较强的执行能力，能高效落实项目计划、跟进工作进度，如策划执行助理、市场活动专员等岗位所需的任务执行与过程把控能力。

4. 职业态度

(1) 具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范；

(2) 具备职业生涯规划能力；

(3) 具有团队合作意识与良好沟通协调能力，主动配合团队工作、妥善处理工作关系，尊重他人意见、保持包容开放心态，乐于分享经验以促进团队共同进步；

(4) 具有积极向上的工作态度、乐观精神与职业自信，保持职业敏感性，积极关注行业动态、主动顺应商务领域发展趋势，以开放心态拥抱行业变革；具备创新意识与终身学习态度，勇于尝试新方法新技术，主动提升专业能力以适应行业发展变化；

(5) 具有将专业知识与技能深度融入职业实践、以学促用解决实际问题的职业主动性，拒绝理论与实践脱节；具备质量意识、效率意识与抗压能力，能适应高强度工作环境，追求

卓越绩效，同时保持情绪稳定、妥善处理工作压力，以灵活应变能力应对突发情况，展现专业形象；

（6）遵守国家法律法规、行业标准、企业管理规定；恪守商业伦理，坚持诚信经营、保守商业秘密，维护企业形象和行业声誉，以严谨细致、精益求精的作风对待工作；

（7）具有高度社会责任感与服务意识，坚持可持续发展理念与客户至上服务理念，立足地方经济需求，用专业能力为商务领域工作赋能、助力区域产业发展，践行学以致用的职业追求。

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. 专业课程

（1）专业群共享（基础）课程

开设专业群共享课5门，见电子商务专业群共享课程。开设专业基础课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	帮助学生掌握经济学核心概念与理论框架,能运用供求、成本收益等分析工具解读经济现象,理解市场机制与宏观调控逻辑,培养理性经济思维,为后续学习及分析现实经济问题奠定基础。	涵盖微观经济学(供求理论、消费者与厂商行为)与宏观经济学(GDP、通胀、就业、财政货币政策),还包括市场失灵、国际贸易基础等,结合案例解析理论在实际经济场景中的应用。	学生需课前预习核心概念,课上积极参与案例讨论;能熟练运用基础模型分析简单经济问题;按时完成作业与实践报告,通过考试检验理论掌握程度,具备初步经济问题分析能力。
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,为后续专业学习与解决实际问题打基础。	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,结合实例讲解统计方法在各领域的具体应用。	学生需课前熟悉基础概念,课上参与数据案例实操;能独立完成数据整理与分析,熟练使用统计工具;按时提交作业与报告,通过考核掌握核心方法,具备基础数据解读能力。
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,具备独立执行并评估基础营销活动的的能力。	包含数字营销体系、SEO/SEM 实操、社交媒体运营、内容创作、数据分析方法及行业案例,详解获客与转化全流程。	完成实操项目与案例拆解,参与策略研讨,熟练运用主流工具,独立撰写完整方案,通过技能考核与成果展示。
063704	大数据财务管理基础	使学生掌握大数据技术在财务管理中的应用理论,提升数据挖掘、财务分析及决策支持能力,能运用大数据优化财务管理流程。	涵盖大数据财务分析工具、财务数据挖掘技术、预算管理、成本控制、风险预警及财务决策支持系统等核心内容。	教师结合理论与大数据财务案例教学,组织财务数据实操分析、模拟系统应用等活动,培养学生大数据财务思维与实操能力。

(2) 专业核心课程

本专业开设 8 门,包括:客户服务实务、品牌策划与推广、市场调研与数据分析、现代经纪人实务、商务策划实务、商务代理实务、人力资源管理、企业经营管理。

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
063709	客户服务实务	帮助学生系统掌握客户服务实务全流程专业能力,能够独立设计与组织现场客户服务	围绕五大实务任务展开:现场客户服务活动的设计与组织;售前、售中、售后全流	学生需了解售前、售中和售后的客户服务管理体系建设、客服团队组建、监控客户投诉

		活动,精准制订全周期服务制度,高效管理客户投诉、开展外部沟通及合同客服条款设计,助力企业维护客户关系、应对危机,保障合法权益。	程客户服务制度规范制订; 客户投诉的管理监控及客户关系维护; 代表企业开展外部沟通、谈判, 处理危机事件, 维护企业合法权益; 合同中客户服务条款的设计与制订。	及危机事件处理等基本知识; 掌握客户服务与管理的相关技术技能; 培养学生团队建设、客户关系管理、公关能力、个人形象塑造能力、自我管理能力和沟通协调能力、灵活应变能力和抗压能力。
063714	商务代理实务	让学生掌握商务代理的基础理论与实操技能, 熟悉相关法律法规, 能精准把握市场与客户需求, 提升沟通谈判能力, 培养以客户为中心的服务意识和商业洞察力, 为从事代理业务奠定扎实基础。	涵盖接待客户、洽谈购销; 审核资格、建立档案并分类、起草合同; 接待交易客户, 介绍主体、标的、日期、方式、保证金及价格等; 组织实施交易、维护系统、管理现场; 传递确认书等资料, 核对统计成交信息、管理合同; 制作汇总及明细报表, 进行委托交易结算。	学生需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; 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。
063711	品牌策划与推广	让学生系统掌握品牌策划与推广全流程技能, 能运用调研分析、定位设计、传播推广等方法, 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。	围绕品牌调研与分析(现状诊断)、品牌定位与设计(含人格化、命名、logo、感官等)、品牌传播与推广(广告语、故事、IP 构建、推广策略)三大模块, 传授对应方法与技术技能。	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、品牌推广等 10 项核心方法与技术技能, 能落地品牌全流程策划推广。
063702	市场调研与数据分析	培养学生掌握市场调研与数据分析技能, 能够独立开展市场信息收集、产品与用户调研、销售数据挖掘, 通过数据为企业或产品优化提供可行建议, 支撑市场决策。	围绕市场动态与产品信息采集(含产品发展、用户满意度等)、销售数据处理展开, 涵盖调研问卷设计、数据整理分析方法, 以及调查报告撰写实务。	学生需熟练设计调研问卷, 掌握数据资料整理与分析方法, 能够独立完成调查报告撰写, 精准执行市场信息收集、产品调研及数据驱动的优化建议输出。
063710	现代经纪人实务	培养学生掌握现代经纪人实务核心能力, 能够开展交易价格评估、规则设计, 制订经纪策	围绕四项实务任务: 评估、核算交易价格, 设计经纪与代理规则; 制订居间、行纪、	学生需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

		略, 监督交易、控制成本风险, 胜任经纪业务全流程工作。	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	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
063705	商务策划实务	使学生掌握策划学基础、创新思维等知识, 具备商务活动目标定位、诊断、创意设计、方案论证、实施指导及评估的能力, 能运用策划方法技巧开展实务工作。	涵盖策划学与创新思维基础知识, 现代商务活动类型、冲突管理, 以及商务策划书撰写, 商务策划全流程 (目标定位至评估) 的操作方法与技巧。	学生需了解策划学、创新思维、商务活动相关知识; 掌握策划书撰写; 熟练运用策划操作方法技巧, 能独立完成商务策划各环节任务
063044	人力资源管理	使学生掌握人力资源规划、招聘、培训等模块理论, 提升人才管理与组织协调能力, 能在实际中优化人力资源体系。	涵盖人力资源规划、招聘与配置、培训开发、绩效管理、薪酬福利及劳动关系管理等核心理论与实务。	教师结合案例与情景模拟教学, 组织招聘演练、绩效设计等实践, 引导学生将理论转化为人力资源管理实操能力
063040	企业经营管理	帮助学生掌握企业经营管理核心逻辑, 能运用战略、运营、人力等管理工具分析解决实际问题, 培养具备系统思维与决策能力的管理储备人才。	涵盖企业战略规划、组织架构设计、人力资源管理、市场营销、财务管理及运营优化等模块, 结合案例解析管理实践中的关键环节与常见挑战。	学生需主动参与案例讨论, 熟练运用管理模型; 完成实践分析报告, 提升问题解决能力; 掌握理论与实践结合方法, 具备团队协作素养。

(4) 专业拓展课程

本专业开设 6 门, 选修 4 门, 包括商务谈判与沟通、应用文写作、民商法律基础、新媒体营销、货运代理、报关与报检实务, 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、报关与报检实务等。

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。	涵盖商务谈判类型、原则及前期准备、目标设定, 中期开局、议价、让步策略, 解析沟通中的语言艺术、非语言信号及障碍排除, 传授跨文化谈判技巧、合同条款	理论结合案例分析与模拟谈判, 组织角色扮演、小组对抗等活动, 强化实战演练, 注重培养应变、表达及团队协作能力, 树立正确谈判伦理观。

			协商与冲突化解等。	
063712	应用文写作	掌握商务领域常用应用文写作规范与技巧,能精准撰写合同、报告、策划案等文书,满足商务沟通、事务处理需求,提升职场书面表达与实务处理能力。	聚焦商务合同、调研报告、营销方案等文书,讲解格式规范、内容架构、语言风格,结合案例解析写作逻辑与商务场景适配要点。	理论结合商务案例教学,通过模拟商务场景写作训练与点评,强化规范与实用意识,培养符合商务实务需求的文书撰写能力。
063708	民商法律基础	让学生掌握民生领域基础法律知识,提升法律意识与纠纷解决能力,能运用法律维护自身权益、处理常见民生法律问题。	涵盖宪法、民法(合同、婚姻家庭、侵权责任等)、劳动法、消费者权益保护法及民事诉讼法等民生相关法律知识。	教师结合案例讲解与情景模拟,通过典型民生案例分析、法律情景演练等方式,引导学生理解并应用法律解决实际问题。
063014	新媒体营销	让学生掌握新媒体平台运营规则与营销技巧,提升内容策划、用户增长及转化能力,能在微信、抖音等平台开展营销活动。	涵盖新媒体平台(微信、微博、抖音等)特点、内容创作、粉丝运营、社群营销、短视频营销、直播带货及数据效果分析等核心内容。	教师结合案例分析与实操训练,组织新媒体账号运营、内容策划实战等活动,引导学生提升新媒体营销的实战能力。
063713	货运代理	掌握货运代理的基本流程、法规与操作技巧,能处理订舱、报关、运输安排等业务,熟悉国际货运规则,提升货运代理实务处理与问题解决能力。	涵盖货运代理的职责、国内外运输方式,讲解报关报检、单证处理、费用核算,解析相关法规、风险防范及多式联运操作要点与案例。	理论结合案例与实操模拟,通过流程演练、单证处理训练,强化法规与操作规范,培养实务操作、沟通协调及风险应对能力。
063706	报关与报检实务	使学生掌握报关与报检的基本流程、法规及操作技能,能独立完成进出口货物的报关申报、报检手续办理,熟悉商品归类、税费计算等核心环节,确保业务合规高效开展。	涵盖报关与报检基础知识(法律法规、监管制度等),包括进出口货物报关流程(申报、查验、征税、放行)、报检程序(报检范围、单据准备),以及商品归类、税费计算、报关单与报检单填制等实务操作。	学生需熟悉报关报检相关法规与监管要求,掌握商品归类方法、税费计算规则,能规范填制报关单和报检单,具备独立办理进出口货物报关报检全流程业务的实操能力。

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%。
专业带头人	1	具有副高级职称，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素质技能型人才。
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训基地。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考核进行改造。

1. 理论加实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+过程考核成绩*50%+期末笔试成绩*40%

2. 纯实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+过程考核成绩*60%+实训报告成绩*30%

3. 纯理论课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+期中考核成绩*40%+期末笔试成绩*50%

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

4. 专业教研室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
专业课程	专业群共享(基础)课	26
	专业核心课程	30
	专业拓展课程	12
	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	必修课	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						考试
		9 ※军事理论	231001	36	0	2		2					学工部	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						考查
		12 ※大学生心理健康	231005	36	0	2	2						公共教学部	考查
		13 大学体育(一)	101001	10	26	2	2						公共体育部	考试
		14 大学体育(二)	101002	10	26	2		2						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
		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

专业 课程	任选课	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					
		29	※公共任选课程		64	0	4						教务处	考查
		小计			64	0	4							
	专业 群共 享（ 基础 ） 课	30	管理学基础	063141	32	32	4	4					商贸 物流 学院	考试
		31	商务礼仪与沟通	063144	18	18	2			2				考试
		32	商务办公软件	063043	18	54	4		4					考试
		33	商务数据分析	063049	18	18	2				2			考试
		34	电子商务基础	063152	18	18	2			2				考试
		35	经济学基础	063700	16	16	2	2						考试
		36	统计基础	063701	32	32	4	4						考试
		37	数字营销基础	063707	18	18	2		2					考试
		38	大数据财务管理基础	063704	36	36	4		4					考试
		小计			206	242	26	10	10	4	2			
	专业 核 心 课	39	客户服务实务	063709	36	36	4				4			考试
		40	商务代理实务	063714	36	36	4				4			考试
		41	品牌策划与推广	063711	18	18	2			2				考试
		42	市场调研与数据分析	063702	36	36	4			4				考查
		43	现代经纪人实务	063710	36	36	4		4					考试
		44	商务策划实务	063705	36	36	4			4				考试
		45	人力资源管理	063044	36	36	4				4			考试
		46	企业经营管理	063040	18	54	4			4				考试
		小计			252	288	30	0	4	14	12			
	专业 拓 展 课	47	商务谈判与沟通	063703	18	18	2				2			考查
		48	民商法律基础	063708	18	18	2		2					考试
		49	应用文写作	063712	36	36	4				4			考试
		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
		52	报关与报检实务	063706	18	18	2				2			考试
		小计			108	108	12	0	2	0	10			
岗 位 实 习 及	54	毕业设计	064035	0	128	8					8周			
	55	岗位实习(一)	064036	0	160	10					10周			

单列 实习 实训	56	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 12 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	638	23.75	216	8.04
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	1484	55.24	400	14.89

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,由漯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,经中国共产党漯河职业技术学院委员会审定,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	李楹繁	开封大学	副教授	李楹繁
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
	安海清	河南双汇投资发展股份有限公司	禽产品事业部副总经理	安海清
	张红喜	漯河市电商协会	电商协会会长	张红喜
	李维情	际华三五一五皮革皮鞋有限公司	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 2024 8 月 18 日			
审定意见: 中共漯河职业技术学院委员会 (盖章) 年 月 日				