

未来工匠学院企业管理专业群人才培养方案

一、专业群内专业设置（专业代码）

涵盖专业：市场营销（530605）、大数据与会计（530302）

核心专业：市场营销（530605）

二、入学要求

普通高中毕业或者具备同等学力者。

三、修业年限

学制：三年，修业年限最长不超过六年。

四、培养目标

本专业群培养理想信念坚定，德智体美劳全面发展，具有深厚的家国情怀，宽广的国际视野，较高的英文水准，良好的职业道德与工匠精神，掌握本专业知识和技术技能，面向苏州工业园区各行业企业、事业单位和机关团体等行业的电子商务（跨境电子商务）、新媒体等行业的运营管理、新型客户服务、涉及会计、审计及税务服务等行业的会计专业人员、数据分析人员和数字化转型管理人员等职业群，能够从事数据化营销与运营、营销活动策划与推广、数据分析应用、视觉营销设计、客户关系管理、适应产业数字化转型升级、从事大数据时代的会计核算和监督、管理、财务分析、预算与绩效管理、投融资管理、成本管理、税务管理等（岗位）工作的高素质国际化技术技能人才。

五、职业面向

表 1 本专业群职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技术领域	主要职业资格证书
财经商贸大类 (53)	市场营销类 (5306)	市场营销专业人员 (2-06-07-02) 销售人员 (4-01-02) 商务咨询服务人员 (4-07-02)	市场/销售经理 市场调研专员 新媒体营销师 客服经理 电子商务师	1+X 数字营销技术应用证书； 1+X 新媒体营销职业技能等级证书； 营销专业能力证书（营销策划师）； 营销员职业技能等级证书；
	财务会计类 (5303)	会计专业人员 (2-06-03-00)； 税务专业人员 (2-06-05-00)。	会计核算 会计监督 成本管理 税务管理 财务分析。	初级会计职称； 企业财务与会计机器人应用职业技能等级证书； 业财一体信息化应用职业技能等级证书（初级）； 财务数字化应用职业技能等级证书（初级）

六、培养模式

未来工匠学院匠心独运，聚焦“专业群建设”筑牢知识基座，跨学科融合，强化学生综合应用能力；力推“高质量就业”，紧密对接行业需求，通过校企合作、实习实训，确保实现学生的技能与岗位无缝对接；深耕“工匠精神培育”，不仅传授技艺，更重视责任、专注与创新的职业精神熏陶，培养既有精湛技能又具高尚情操的新时代工匠。此模式下，学子们将成长为能够引领技术革新、推动产业升级的高素质技术技能人才，为社会进步贡献力量。

七、培养规格

本专业群学生应在素质、知识及能力等方面达到以下要求：

1.通识教育

(1) 政治思想素质：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。

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

(3) 公民综合素质：具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

(4) 自主发展素质：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。

(5) 身心健康素质：具有健康的体魄、心理和健全的人格，具有良好的自我认知，能恰当地进行自我评价与自我接纳；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。

(6) 人文艺术素质：具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

(7) 国际化素质：理解人类命运共同体的内涵与价值，有全球视野与胸怀，做好与国际文化对接、交流、沟通的准备。

2.通用职业能力

(1) 具有探究学习、终身学习的能力，能适时创新学习方法及学习成果，适时更新知识和技能，适应新的环境和需求。

(2) 具有良好的中英文语言、文字表达能力和沟通能力，能与他人通过口头、书面形式进行有效沟通。

(3) 具有团队合作能力，能与团队其它成员相互合作，理顺工作关系，促进目标实现。

(4) 具有信息技术工具的应用能力，能有效地使用办公软件及其他现代信息技术工具，使各项任务顺利实现。

(5) 具有信息处理的能力，能从众多信息源中识别、收集、分析、组织信息，获得有效数据，使用合法合理的方式和手段表达和发布信息。

(6) 具有自我反思的能力，能对自己的行动、决定和结果负责，并做出反思，及时调整完善。

(7) 具有个人管理能力，能灵活应对变化，合理使用时间、资源，使项目任务顺利实现。

(8) 具有批判性思维和解决问题的能力，能通过自己已经掌握的知识与技能系统地分析、评估问题，并做出判断，提出解决问题的方法，能定性或定量地评价资料，并以此来接受别人的想法或提出质疑。

3.专业能力

3.1 专业群核心能力

(1) 具备基本的分析能力：知晓本行业相关的政策、法律法规，对其变动具有一定的敏感度，能基本断出其变动对所从事商务活动的影响。掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法，能够从多个方面思考、分析、判断商务运营管理中的问题。

(2) 具备有效沟通的能力：具有基本的个人演讲和展示能力，能与客户进行顺畅的交流。

(3) 具备对客群和竞争者的分析能力：具有一定的数据意识和商务数据分析应用能力；了解消费者行的基本特点并能对消费者心理进行简要分析。

(4) 具备初级管理能力：掌握计划、组织、指挥、协调、控制等管理学的基本理论和知识。能够运用质量策划、控制、持续改进等质量管理的知识和方法。能够运用定置管理、流程管理、安全管理、防损管理等现场管理的知识和方法。

(5) 具备一定的商务推广能力：掌握基本的商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法，具有网络信息采集、筛选和编辑的能力，尝试运用适当的方式和手段发布网络推广信息的能力。

(6) 具备资金管理能力，掌握出纳和资金管理的基础知识。

(7) 具备初级财务技能：掌握企业财务会计、企业成本核算与管理、企业财务分析、企业内部控制理论知识。具备会计核算能力，能够准确进行会计要素确认、计量和报告，熟练进行会计凭证审核与编制、账簿登记与报表编制。

(8) 了解自主创业的基本要素，具有一定的创新与承担风险的意愿与能力。掌握申办小微企业的条件、要求及流程。

3.2 市场营销专业能力

(1) 具备初步开展电子商务的能力：了解电子商务平台的运营规则和推广方式。能够处理线上客户咨询、异议，处理客户投诉，进行客户个性化服务。

(2) 具备组织实施营销产品的市场调查与分析能力：掌握基本的市场调查的方式、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。能够从事销售，营销策划以及市场开发工作。

(3) 具备组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动的的能力；掌握整合营销传播的方案策划方法和技巧；能够从事产品/服务/品牌推广的工作。

(4) 具备在新媒体环境下与用户互动和进行营销的能力，包括社交媒体营销、网络广告、搜索引擎优化等；能够在数字媒体平台上进行内容创作和编辑；熟悉不同媒体平台的特点和用户需求，能够根据不同平台和受众进行内容策划和制作。

3.3 大数据与会计专业能力

(1) 具备财务大数据处理与分析能力，能够熟练运用大数据工具与技术，对企业会计及业务信息进行收集、预处理、分析并进行可视化呈现，辅助企业的财务决策工作；

(2) 具备涉税事务处理能力，掌握相关税法知识，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；

(3) 具备财务管理工作所需的筹资、投资、分配、营运资金等决策、分析能力，具备财务管理相关知识，能够运用财务管理的基本原理和方法参与筹资、投资及营运方案的分析；

(4) 具备一定管理会计能力，掌握管理会计、企业内部控制等理论知识，能够进行财务、业务信息处理、分类、分析、输出，提供企业决策所需信息，运用预算工具参与预算编制工作。

八、课程设置

（一）教学进度及学分安排

（1）教学计划进度表（附件 1）

（2）专业群课程学时、学分分配表（附件 2）

（二）课程体系架构

课程体系的设置服务于专业能力结构的要求，整个课程体系划分为公共课、专业群平台课、分专业核心课、专业拓展课、专业实践周、毕业实践等主要模块，其中专业方向课包括市场营销、大数据与会计 2 个方向。为学生逐步构建职业基本素质、职业基础能力、职业专项能力和职业综合能力，

（三）主要课程说明

公共基础课的课程说明见培养方案的通用部分。

表 2 专业群平台课程说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
市场营销学	本课程旨在引领学生建立现代立市场营销的大视野，着重于在多变的市场环境中，了解以顾客为中心的市场营销观念的重要性，如何正确开发/设定和管理产品、服务，价格，促销以及分销等营销活动。营销环境辨析、营销计划与战略、消费者市场及其购买行为分析、目标市场选择策略、营销组合策略、营销的竞争性策略、营销的组织与控制，运用恰当的市场营销原理来撰写商业计划书。	市场分析调研不作假，讲诚信。树立符合中国当代本质特征和文化传承的市场营销观。企业制定营销战略要结合国家发展的战略和目标。营销计划和策略要符合社会主义核心价值观。消费者市场分析是要引导正确的消费观。
经济学基础	本课程涉及生产、交换、货币、通货膨胀、失业、需求与供给、社会主义市场经济的基本理论、经济模式、市场经济的产权制度、分配制度等方面的知识；学生需掌握微观经济理论和宏观经济分析方面的应用性知识；熟悉社会总供求的平衡与失衡方面、国际贸易与国际金融方面的基础知识等。学生通过本课程的学习，可以形成对社会主义市场经济的正确认识，加深理解和掌握经济学原理，提供经济分析与决策能力，为本专业的其他课程学习提供广阔的视野。该课程适合无专转本需求的学生选学。经济学基础 2 旨在帮助有专转本需求的学生通过经济学部分的考核，在内容、难度、形式等方面紧贴专转本考纲。	在消费文化、消费趋势讲解中融入中国案例，弘扬中国精神和社会主义核心价值观。引发学生对消费伦理，环境意识的思考，使学生树立良好的消费观念，合理消费，杜绝奢侈浪费。树立文化自信。
管理学基础	本课程主要讲述管理学的基本概念和管理理论的发展历程，学生可以掌握计划、组织、领导及控制等管理职能的相关知识；掌握决策、激励、沟通、控制、创新等领域的知识与方法；熟悉主要的管理工具和管理分析方法。该课程同时为学生考取企业行政管理证书奠定基础。	在教学中融入东方管理智慧、中国共产党的组织管理经验等增强学生的民族自豪感和文化自信。将管理工具引申到学生的自我管理，贯彻“立德树人”的思想。
会计基础	本课程主要系统介绍会计学的基础知识和基本方法，具体包括会计概念、会计原则、会计科目和帐户、借贷记帐法、帐户分类、会计凭证与帐簿、帐务处理程序、财产清查、会计报表等基础内容。本课程内容与初级会计考试内容相衔接，是取得初级会计职称必选科目。	在会计原则和基础知识介绍中融入会计职业道德内容和重要性，坚持准则，诚实守信。财产清查和编制会计报表时要做到廉洁自律、清白做人、干净做事，弘扬诚信友善的社会主义核心价值观。
电子商务基础与实务	本课程主要学习电子商务基础知识、电子支付、电子商务安全、电子商务物流等知识。通过该课程的学习，使学生掌握电子商务的基础知识与流程，熟悉电子商务运营的基本技能，初步具备创建并运营管理网店的能力。	培养资金安全意识，激发学生创新的使命感，树立正确的学习观和成才观，树立正确的商业伦理观。
消费者行为分析与实务	本课程内容主要讲述消费者的知觉、学习和记忆、动机和情感、自我、个性、生活方式和价值观、态度、个人和组织决策制定、购买情景因素、使用与处置、群体对消费者的影响、收入和社会阶层、文化与亚文化。课程目的是让学生通过掌握消费者行为的特点以及规律，并运用这些知识来分析市场以及预测消费者的购买行为来辅助企业的营销决策。	在消费文化、消费趋势讲解中融入中国案例，弘扬中国精神和社会主义核心价值观。引发学生对消费伦理，环境意识的思考，使学生树立良好的消费观念，合理消费，杜绝奢侈浪费。树立文化自信。
经济法基础	本课程讲授法律基础、法律的基础理论知识、经济纠纷的解决途径以及法律责任的承担等内容、劳动合同和社会保险法律制度以及增值税、消费税、营业税、企业所得税、个人所得税法	经济法基础将着眼与学生关注的时政要点、基本法律常识以及学生典型的成长痛点，培养学生正

	等重点税种应纳税额的计算、申报与缴纳，以及各税种的纳税人、征税范围、纳税环节等知识；通过学习该课程可使学生具备对各种税款的计算能力，能进行会计、审计中相关税法的操作，能为企业实现独立完税的能力；通过学习该课程可使学生具有较强的综合分析能力、知识运用能力、实际操作能力以及主动学习的能力和素质。本课程内容与初级会计考试内容相衔接。是取得初级会计职称必选科目。	确的思维方法和价值观念，加强守法意识和法治观念；将知识点与理论模型与学生的素质教育，德育教育，爱国教育紧密结合。
--	--	--

表 3-1 市场营销专业核心课程说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
数字化创新网络营销	本课程旨在帮助学生理解数字营销的基本概念、发展历程及重要性。掌握数字营销的核心技术、工具和平台。在此基础上，能够运用所学知识进行初步的数字营销策划与执行。培养数据驱动营销的思维方式和能力。	树立正确的价值观：引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，理解数字技术在社会发展中的作用与责任。培养职业道德：强调数字技术应用领域的职业道德规范，培养学生的诚信意识、法律意识和团队协作精神。增强社会责任感：鼓励学生关注社会热点，利用数字技术应用为社会贡献自己的力量，增强社会责任感。激发创新精神：在数字技术应用的学习过程中，激发学生的创新思维和实践能力，培养敢于探索、勇于创新的精神。
搜索引擎营销	本课程以实战型、可落地为主要目的，通过课程的学习，提升动手操作能力，从百度、好搜、搜狗的国内三大搜索引擎各个商业化产品来做出详细的讲解，是线上营销类专业的核心课程。通过课程学习，学生一方面可尽快掌握竞价账户的实际操作，另一方面可从理论进阶到实践，从执行层进阶到战略层。同时，通过课程的讲解，学生能更好地理解相关技能大赛的要求。	培养学生与紧跟时事，充分理解数字经济发展的新优势，紧跟产业发展趋势和行业人才需求，顺应时代潮流，努力使自己成为具有创新型思维和综合型能力的应用型、技能型人才。
客户服务与管理	本课程主要讲授客户服务的概念、基本特点，客户价值、客户忠诚、客户关系的维护和意义处理，通过企业的现场客服，了解客户服务的内容、策略以及常用的客户服务的技巧，能在客户关系的基础上挖掘客户的潜在价值并进行管理。	弘扬爱岗敬业精神。培养学生热爱自己的工作岗位，应具备敢于担当、坚守岗位的职业道德；应具备直面问题、迎难而上的职业勇气；应具备锐意创新、开拓进取的职业精神。
新媒体营销	本课程主要学习新媒体营销基础、体验新媒体运营平台、短视频营销、网络直播、众创新媒体内容、运用新媒体营销工具、挖掘与运营用户、搭建与运营社群等。通过该课程学习，使学生掌握新媒体营销的基本方法与流程，熟悉新媒体营销的基本技能，初步具备创建并运营管理新媒体平台的能力。	培养学生的团队合作、参与奉献、互帮互助精神，树立服务乡村的社会责任感，塑造劳动精神。
数字营销技术应用（初级）	课程旨在系统介绍数字营销的基本概念、理论框架、最新技术及其在市场营销中的实际应用。通过理论讲授、案例分析、实践操作等多元化教学方式，帮助学生掌握数字营销的核心技能，包括数据分析、用户行为洞察、社交媒体营销、搜索引擎优化、内容营销、电子邮件营销、移动营销等，以适应快速变化的数字营销环境，培养具有创新思维和实践能力的数字营销专业人才。	本课程在传授数字营销技术知识的同时，旨在培养学生的职业素养、社会责任感、创新精神以及正确的价值观，使学生成为具有高尚品德和专业技能的数字营销人才。
采购供应管理	本课程主要介绍供应链产生的背景，供应链管理的 基本内涵和主要思想；供应链的结构与流程，描述供应链网络的分类；供应链整合的内容和重点，供应链整合的实施过程，供应链整合的技术；解释供应链库存管理方法和库存控制系统的优化；采购流程，采购价格策略和成本控制方法，供应链管理环境下的准时化采购；我国大企业供应链管理的现状及对策。	从历史和文化遗产等 方面实例讲授，围绕 供应链的价值取向培 养学生的契约精神， 是学生深刻意识到后 疫情时代供应链人的 责任、担当和使命， 激发学生对供应链行 业的敬意。

表 3-2 大数据与会计专业核心课程说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
税法基础	本课程对于培养学生的税收法律意识和涉税会计核算能力具有重要意义，为学生未来从事财会、税务、法律等相关工作打下坚实的理论基础。通过本课程的	树立正确的税收观念：引导学生理解税收是国家财政收入的主要来源，是支撑国家运转、促进社会发展的基础。通过税法学习，使学生认

	学,能使学生掌握税法的基本理论、税制要素和主要税种的基本规定。培养学生的税收法律意识和纳税遵从能力,了解税收征管流程和相关法律制度。提高学生的涉税会计核算能力,掌握应纳税额的计算方法和税收优惠政策的应用。引导学生关注税法前沿动态,了解国家税收政策的变化趋势。本课程内容与初级会计考试内容相衔接,是取得初级会计职称必选科目。	识到依法纳税是每个公民应尽的义务,培养学生的税收法治意识。 培养社会责任感:通过税法案例分析和税收政策解读,让学生了解税收在调节收入分配、促进社会公平、保障国家安全等方面的作用,增强学生的社会责任感和公民意识。强化诚信意识:在税法教学中强调诚信纳税的重要性,通过讲述偷税漏税等违法行为的后果,培养学生的诚信意识和法律遵从度。激发爱国情怀:通过介绍我国税收制度的发展历程和改革成就,增强学生的民族自豪感和爱国情怀,引导学生为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献力量。
智能财税	本课程主要以专业涉税平台为依托,讲述税法的基本概念和行政程序,介绍增值税、消费税、关税、城建税、企业所得税、个人所得税等主要税种的基本概念,应纳税额的计算等知识。使学生理解并掌握各种税收法律制度的主要内容,全面把握我国现行各税种的计税依据、计税方法,正确计算应纳税额,进行纳税申报,从而具备在经济业务中涉税问题的分析和解决能力。具备初步的纳税筹划能力。本课程内容与初级会计考试内容相衔接。	结合章节内容讲授我国 税法制度变迁、实践发展和 理论进步等增进学生对我国税法制度的认同,激发爱国、经国济世的责任感和担当意识。鼓励学生成为德法兼修,德才兼备的人才,增强学生 对我国的制度自信。可辅助取得相关证书。
财务机器人应用与开发	本课程依托 RPA 平台,结合大数据时代背景,把财务核算等基础流程以财务机器人流程自动化为基础,完成基础操作流程自动化执行;为银行对账、来款提醒、增值税账实检查和增值税票真伪查验等工作流程提供更好的服务;提高工作效率,节约成本;增强会计信息可靠性,提高财务信息质量。	合理化流程化规范化操作,解放财务人员双手,更多参与管理工作。可辅助学生取得相关职业证书。
财务会计	承接课程1,本课程主要讲授财务会计概述, 货币资金的 结算方式和账务处理,金融资产的会计准则,存货的取得、销售和期末计价的账务处理,固定资产的处理原则,无形资产和流动负债的处理, 所有者权益的会计准则和制度,收入,费用的确认和计量,利润的形成和分配,财务报表的编制。使学生掌握基本经济业务的账务处理,并能编制简单的财务报表。本课程内容与初级会计考试内容相衔接。	在货币资金结算中可 融入抵抗物质诱惑,廉洁自律教育,对我国金融资 产等的发展介绍增强学生的家国情怀和民族自信。在资产和收入等确认中融 入不开假票,诚信敬业的 职业道德观。树立并坚定正确的会计职业道德和素养。
Excel财务应用	本课程是会计专业的专业核心课程,是一 门融合Excel 基础知识和会计及财务管理专业知识的交叉学科的综合型、应用型课程。通过本课程能使学生在完成工作任务的过程中了 解、熟悉 Excel 软件的基本操作,并能利用 Excel 建立会计数据筛选、分类汇总、数据透 视等基础处理,并能够利用 Excel 计算货币时 间价值,进行财务管理,编制财务报告,进行 财务分析,顺利完成烦琐而复杂的会计核算及 财务管理工作,使得工作效率和工作质量得以 提高,为将来所服务的企业在竞争中创造优 势。并配合相关课内实验及后续的拓展实训, 掌握 Excel 完成会计和财务管理中的各项日常 工作任务。与转本课程衔接。	培养学生关注社会发 展,了解建设数字中国的意义。通过数据安全讲解提高 科学技术文化安全意识, 提高国家安全意识,具备一定的信息安全和保密素养。培养工作中严谨的工作态度。
财务大数据分析	本课程讲述财务大数据的数据范围、来源和类型,财务大数据对企业财务决策的影响;大数据背景下的销售管理,基于大数据分析的销售管理和销售预测实战;大数据背景下的采 购管理,基于大数据的采购管理经营实战;大数据背景下的费用管理,基于大数据的费用管 控和费用预测实战;大数据背景下的资金管理,基于大数据的资金管控和资金流量预测实战;大数据背景下的财务报表分析,上市公司财务报表数据抓取,基于大数据的投资者角度财报分析和经营者角度财报分析实战。	结合当前时政,激发学 生对祖国科技发展的信心。通过网络知识的讲解,加强网络安全教育;以大国工匠精神及各专业的发展成就为作业素材,引导学生学好专业知识,掌握专业技能。

表 4 专业群拓展课程说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
市场调研	通过本课程的学习,使学生掌握市场与预测的基本理论知识与操作技能,熟悉市场调研与预测的具体工作流程,具体描述市场现状、诊断市场存在的问题、预测市场发展趋势的能力。主要课程内容包括市场调查的程序和方法、调研方案设计、抽样设计、问卷设计、态度测量设计、文案调查、实地调查、市场预测概述、时间序列分析预测、因果分析预测、市场调查文书制作等。	树立良好的调查人员的品质和职业道德,认同数据的重要性,培养专业分析的职业素养,贯彻实事求是的精神。理论联系实际,集体主义精神,投入社会主义建设伟大的实践。培养学生的辩证思维能力,帮助学生正确分析和面对复杂的信息和形势,形成正确的世界观和价值观。
商务数据分析与应用	本课程主要学习电子商务数据分析概述、数据采集、数据的分类与处理、数据描述性分析、基础数据监控与报表制作。通过该课程的学习,使学生掌握商务领域的数据类型、原理,进而进行数据整理和分析,以培养学生市场调查与数据分析工具的使用能力。	培养学生具备法律意识,能够遵守个人隐私和数据保密等法律规则,在数据采集过程中做到不侵权、不违法。
营销策划与实务	本课程主要讲授商务策划的基础,教导学生如何策划商务主题,如何描绘商务策划蓝图。通过学习选择与定位目标市场、对目标受众进行定位与分析,学生能根据商务策划的启示资料与创意,对商务策划方案进行整理、提议与实施。这为后续参加相关技能大赛打下基础。	培养创新意识与良性竞争意识,激发学生的创造力,树立正确的学习观和成才观,树立正确的商业伦理观。
财务管理基础与应用	本课程是一门旨在为商科学生提供财务管理核心知识和技能的专业课程。该课程通过系统的教学,使学生掌握现代财务管理的理论基础与实际应用方法,为其未来在财务管理领域的职业生涯打下坚实基础。以下	引导学生树立正确的价值观:通过财务管理的学习,引导学生理解诚信、责任、公平等价值观在财务管理中的重要性,培养其良好的职业道德和社会责任感。

表 5 专业群实践课程说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
顶岗实习	市场营销专业的学生实习面向苏州工业园区商业销售、运营和管理咨询等流通企业;餐饮、文化等服务类企业;生产类企业。通过实习使学生了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化。掌握市场营销岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能,初步具有一定的职业实践能力。市场营销类岗位主要是从事市场调研、品牌策划、市场推广与宣传、销售、零售管理、会展策划等。 大数据与会计专业的学生实习面向商业零售、运营和管理咨询等流通企业;餐饮、文化等服务类企业;生产类企业。通过实习使学生了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化。握财务岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能,初步具有一定的职业实践能力。	使学生养成爱岗敬业、诚实守信、团队合作等职业精神,增强遵纪守法意识和行为习惯,增强学生就业能力。
毕业设计	通过三年对专业知识的学习,学生能在教师指导下,通过选择参加技能大赛、取得高级别技能证书或解决企业生产现场的实际技术问题等不同的项目,能够综合运用所学知识 with 技能解决实际问题;从总体上考查学生学习所达到的学业水平。通过这一环节,使学生受到有关项目选择,查阅文献,制订方案,设计进行科学实验或社会调查,处理数据或整理调查结果,对结果进行分析、论证并得出结论,并最终形成所要求的成果。	通过系统的设计规划,练就学生具备科学的、系统的思维能力,培养学生严谨的学习工作态度。通过知识的实际应用,树立科学的发展观意识。以行业工匠精神及专业的发展成就为素材,引导学生热爱专业,专研技能。
直播与短视频创作实训	直播与短视频创作实训(市场营销)——本课程旨在提升学生运用新技术、新平台、新工具、新方法进行创新营销的实战能力;在丰富校园生活的同时,培养锻炼学生的创新思维与新媒体营销策划能力。通过课程实施,可检验学生线上营销的实操技能,展现当代大学生良好的精神风貌和团队合作能力,为未来从事相关岗位积累实战经验。	树立正确的价值观:通过直播与短视频的创作实训,引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观,弘扬社会主义核心价值观。增强社会责任感:鼓励学生关注社会热点,积极参与公益事业,通过作品传递正能量,增强社会责任感。培养创新精神:在实训过程中,激发学生的创新思维,鼓励他们在短视频和直

		播领域勇于探索、敢于创新。提升职业道德：强调职业道德的重要性，引导学生在创作过程中遵守法律法规，尊重知识产权，维护良好的网络生态。
云 ERP 应用实践	云 ERP 应用实践（会计）——本课程主要讲解 ERP 基本知识；学生掌握 ERP 财务报表、固定资产基本操作；熟悉企业 ERP 财务部门的业务流程；部分优秀学生参加国家考试拿到国家证书，成为信息化人才。教学以工作任务为中心的项目活动，使学生能理解 ERP 系统各个业务模块的业务内容、业务流程、业务逻辑、业务数据，能理解 ERP 供应链系统各个业务模块的数据传递和数据共享关系，能够按照企业业务内容、业务数据应用实施 ERP 财务系统，能解决 ERP 财务系统应用、实施中出现的软件技术问题。本课程衔接业财一体信息化应用职业技能等级证书内容。	通过独立模块对系统的影响强调责任意识，担当意识。鼓励学生的创新意识、分享成果和团队协作。在账务处理中融入诚实守信、精益求精的工匠精神培养。
市场营销综合实训	本课程是一门旨在提升学生市场营销实践能力和综合素质的专业实训课程。本课程通过模拟真实企业市场环境，结合市场营销理论与实际案例，使学生能够在实践中掌握市场营销的核心技能，加深对市场营销管理基本概念、原理和分析方法的理解。	通过市场营销实训这一载体，将职业道德、社会责任和创新精神等思政元素融入其中，实现知识传授与价值引领的有机统一。通过本课程的学习，学生不仅能够掌握市场营销的专业知识和技能，还能够树立正确的职业道德观、增强社会责任感和培养创新精神与创业意识，为未来的职业生涯和社会发展奠定坚实的基础。
大数据与会计综合实训	本课程旨在使学生了解大数据的基本概念、特征及其在会计领域的应用，掌握大数据处理技术和会计分析方法；培养学生运用大数据技术进行会计数据处理、分析和报告的能力，提升其解决实际会计问题的能力；增强学生的跨学科思维，培养其在大数据环境下进行会计决策和优化的能力。	通过本课程的学习，学生不仅能够掌握大数据与会计的专业知识和技能，还能够树立正确的职业道德观、增强责任感、提升法治意识和培养创新精神与创业意识，为未来的职业生涯和社会发展奠定坚实的基础。

八、毕业要求

（一）在学制规定的期限内完成人才培养方案所规定的课程学习且成绩合格，修满 135 学分。

（二）毕业时应达到以下证书相当的能力水平，并建议获得相关证书。

1. 计算机应用能力水平达到全国计算机等级考试 1 级以上。

2. 建议取得以下至少 1 门技能证书：

- （1）1+X 新媒体营销职业技能等级证书
- （2）营销专业能力证书（营销策划师）
- （3）营销员职业技能等级证书
- （4）电子商务师（跨境电子商务师）（四级）
- （5）互联网营销师（视频创推员）
- （6）学校认可的相关专业技能证书

（三）在校期间至少修满“第二课堂” 16 个学分，由学生工作处负责。

九、实施保障

1. 师资队伍

以未来工匠学院教师为核心，调配各二级学院具备中、高级职称的教师以及企业中高级工程师，组成一支结构合理、素质卓越、实操经验丰富的师资团队，致力于培养具备创新能力与实践能力的未来工匠。

2.教材与课程资源

(1) 教材

教材选用须符合《职业院校教材管理办法》《江苏省职业院校教材管理实施细则》《苏州百年职业学院教材管理办法》等文件规定，教材必须体现党和国家意志，做到凡选必审。选用或使用境外教材，按照国家有关政策执行，无论是选用的教材还是合作方指定的教材，要组织专家对教材的政治性、思想性、科学性和适应性进行全面审查，并形成书面使用审查意见，提交学校教材工作委员会审定批准。对于指定教材内容不符合我国教材要求的应对相关内容进行整改和调整并形成书面报告，报学校教材工作委员会审批后使用。鼓励选用我国出版社翻译出版、影印出版的国外优秀教材。坚持按需选用，凡选必审，为我所用，严格把关。

表 6 专业群课程教材推荐一览表

序号	课程名称	教材名称	出版社	出版时间	作者	书号
1	市场营销学	新编市场营销 (第六版)	大连理工大学 出版社有限公司	2022-01	闫志俊	978-7-5685-3711-7
2	经济学基础	经济学基础	西南财经大学 出版社	最新版	矫立军	978-7-8113-8153-5
3	管理学基础	管理学基础	中国人民大学 出版社	最新版	张云河	978-7-3002-6961-0
4	会计基础	会计基础	人民邮电出 版 社	2022	李莉	978-7-1155-8604-9
5	消费者行为分 析与实务	消费者行为分 析(第四版)(双 色)	大连理工大学 出版社	2023	薛长青、金晗	978-7-5685-3716-2
6	市场调研	市场调查与预 测(第七版)(双 色)	大连理工大学 出版社	2023-12	覃常员、彭娟	978-7-5685-4187-9
7	商务数据分析 与应用	商务数据分析 与应用(第二 版)	高等教育出版 社	2023-07	吴洪贵	978-7-04-060276-0
8	新媒体营销	新媒体营销	电子工业出版 社	2022	戴月、杨永波	978-7-121-42900-2
9	经济法基础	经济法基础与 实务(第三版)	成都电子科大 出版社	2023	陈强、郑军剑、 陈美丽	978-7-5654-4780-8
10	财务会计	财务会计	电子科技大学 出版社	2021	宗绍君	9787564790196
11	云 ERP 应用实 践	企业财务业务 一 体化	清华大学出 版 社	2021	张莉莉	9787302506041

(2) 课程资源

本专业群教学资源丰富多样，集教材、实践指导手册、案例库、实训平台、在线课程以及超星教学平台于一体，形成了全面而系统的教学资源体系。教学内容既具有前沿性又注重实用性，旨在紧跟行业发展趋势并满足实际应用需求。为了进一步增强学生的实践能力，本专业群配备了先进的实训平台，并不断丰富在线课程资源，以支持灵活多样的学习方式，满足不同学生的个性化学习需求。同时，通过将企业真实项目案例融入教学，实现了学习与工作的无缝对接。这些丰富的教学资源共同构成了一个高效、系统的教学体系，旨在培养既具备扎实专业技能又拥有良好职业素养的高技能人才。

3.教学设施

(1)校内实训基地

会计金融综合实训基地采用用友 ERP U8 最新系统,模拟企业日常业务运作中的战略决策、财务管理、供应链管理、CRM 管理、生产制造、市场营销、人力资源等环节信息系统的实际应用,为学生提供仿真的学习和实习环境。并全面引入国家标准的 ERP 认证体系,职业技能大赛融入实训课程。

“校中企”实训中心配有企业模拟综合训练平台等教学软件和企业金蝶财务软件。可以模拟进行企业日常经营活动。也可以通过互联网为企业进行真实的财务服务。本实训室可用于进行财务会计账务处理、学生创业等实训教学和训练。如表 7 所示:

表 7 校内实训设施一览表

序号	实训室名称	承担的主要实训项目或课程
1	商务技能实训室	商务数据分析与应用
2	“校中企”实训室 (金融服务实训室)	会计金融综合实训室 云 ERP 应用实训、企业模拟经营平台实训、财务机器人应用与开发,财务大数据分析等。
3	商务技能实训室	商务数据分析与应用、国际商务基础等。
4	企业全景沙盘模拟实训室	创业实务等。
5	商务技能实训室	商务数据分析与应用

(2)校外实训基地

学校与多家公司开展合作,学生可在企业实训,参加高职学生职业技能大赛,并完成顶岗实习。具体如表 8 所示。

表 8 校外实训基地一览表

序号	企业名称	基地主要作用
1	雪中飞实业有限公司	学生参与实训,企业人员参与专业培养方案制定与相关课程标准撰写。
2	杭州九阳小家电有限公司	学生参与实训,企业人员参与专业培养方案制定与相关课程标准撰写。
3	苏州初牛网络科技有限公司	学生课程见习、实习,参与实训指导。
4	苏州东来仪百货文化用品有限公司	参与实训指导。
5	苏州华成集团有限公司	汽车营销服务相关实训
6	苏州新途网络科技有限公司	短视频制作与销售服务,如新媒体营销课程实训
7	青岛三利集团有限公司	营销实战、企业运营管理等实训

4. 顶岗实习要求与管理

顶岗实习是必修课程,不得免修,如成绩不合格,必须重修。顶岗实习一般安排在第五、六学期,累计不少于 6 个月。二级学院可结合本部门专业教学进程的特点与需要,适当调整实习时间安排。实习岗位原则上要求和学生所学专业对口。顶岗实习必须签订三方协议,“无协议不实习”。

十、质量保障

学校以建立目标体系、完善标准体系和制度体系、提高利益相关方对人才培养工作质量的满意度为目标,按照“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”的工作方针,切实履行人才培养工作质量保证主体的责任,建立常态化的内部质量保证体系和可持续的诊断与改进工作机制,建立《苏州百年职业学院教学质量监控与保障体系》,不断提高我校人才培养质量。

十一、特色与其他

未来工匠学院独具特色,紧密对接苏州工业园区人才需求,成为区域技能人才培养的摇篮。学院深化校企合作,与园区内企业共建实训基地,实现教学与实践的无缝对接,确保学生掌握最前沿的技术与行业动态。技能训练为核心,通过项目式、实战化教学,锤炼学生专业技能与创新能力。

岗课赛证一体化模式,将岗位需求、课程内容、技能竞赛与职业资格证书深度融合,全面提升学生职业素养与竞争力。高质量就业是学院不懈追求,通过精准就业指导与丰富就业资源,助力学生顺

利步入理想岗位。

最终，学院致力于培养具有卓越技能、高尚品德的大国工匠，为苏州工业园区乃至全国的经济社会发展贡献力量。

附件：

- 1.教学计划进度表
- 2.专业群课程学时、学分分配表

附件 1：教学计划进度表

企业管理专业群教学计划进程表																	
课程模块 (性质)	课程代码	课程名称 (中文)	课程名 (英文)	学分	课程 属性	学时 共计	学时 实践	考核 方式	学期课堂周课时						授课 语言	备注	
									1	2	3	4	5	6			
公共基础课	COM614	军训与入学教育	Military Training	2	必修	80	70	考查	1	2	3	4	5	6	中文	2W, 军训期间完成	
	COM609	军事理论	Military Theories	1	必修	16	0	考查							中文		
	COM624	国家安全教育	National Security Education	1	必修	16	8	考查	1								
	COM601A	思想道德与法治	Value, Morality and Rule of Law	3	必修	48	0	考试	4						中文		
	COM602A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	Contemporary Chinese Political Theories	1	必修	16	0	考查		4					中文	1-4周	
	COM603	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	3	必修	48	0	考试							中文	5-16周	
	COM605	形势与政策 I	Situation and Policy I	0.25	必修	4	0	考查	0.3						中文	51-52学期劳动周内完成	
	COM606	形势与政策 II	Situation and Policy II	0.25	必修	4	0	考查		0.3					中文		
	COM607	形势与政策 III	Situation and Policy III	0.25	必修	4	0	考查			0.3				中文		
	COM608	形势与政策 IV	Situation and Policy IV	0.25	必修	4	0	考查				0.3			中文		
	COM610A	大学生职业生涯规划	Career Planning for College student	1	必修	16	4	考查	1						中文		
	COM612A	大学生创新创业指导	Innovation and Entrepreneurship Guidance for College students	1	必修	16	4	考查		1					中文		
	COM613A	大学生就业指导	Career Guidance for College Student	1	必修	16	8	考查				1			中文	讲座*4	
	COM611-1	大学生心理健康教育 I	Mental Health Education I	1	必修	16	0	考查	1						中文		
	COM611-2	大学生心理健康教育 II	Mental Health Education II	1	必修	16	16	考查							中文	1W	
	COM615T	劳动教育	Labor Education	0.5	必修	8	0	考查	0.3	0.3					中文	51-52学期劳动教育周内完成	
	COM616	计算机应用基础	Fundamentals of Computer Application	3	必修	48	32	考查	2						中文	辅修以慕课	
	COM619	大学语文 I	College Chinese I	2	必修	32	0	考试	2						中文		
	COM621	体育 I	Physical Education I	2	必修	36	28	考查	2						中文		
	COM622	体育 II	Physical Education II	2	必修	36	32	考查		2					中文	拓展学时“keep”运动	
	COM623	体育 III	Physical Education III	2	必修	36	32	考查			2				中文		
	CF9903	联通英语 I (基础)	Vocational English I (Fundamental)	2	必修	32	4	考试	2						双语		
	CF9904	联通英语 II (进阶)	Vocational English II (Intensive)	2	必修	32	4	考试		2					双语		
		小计			32.5		580	242		14	9	2.3	1.3	0	0		
公共选修课		国际视野类		2	选修	32	0	考查							中文	引进国家智慧教育平台优质课程，线上线下融合。	
		科技思维类 (AI 通识)		2	限选	32	0	考查							中文		
		人文社科类		2	选修	32	0	考查		2	2	2	2		中文		
		艺术美育类		2	选修	32	0	考查						中文			
		小计		8		128	0		0	2	2	2	2				
		合计		40.5		708	242		14	11	4.3	3.3	2	0	0		
专业群平台课	CF3109	市场营销学	Principles of Marketing	3	必修	48	32	考查	4							●初级会计证	
	CF3110	经济学基础	Principles of Economics	3	必修	48	0	考查	4								
	CF3111	管理学基础	Introduction to Management	2	必修	32	0	考查		2							
	CF3112	会计基础	Financial Accounting 1	4	必修	64	32	考试		4							
	CF3105	电子商务基础与实务	Operations in E-Commerce	4	必修	64	32	考查		4							
	CF3113	消费者行为分析与实务	Consumer Behavior Analysis and Practice	2	必修	32	16	考查			2						
	CF3207	经济法基础	Fundamentals of Economic Laws	2	必修	32	0	考查		2							
		合计		20		320	112		8	12	2	0	0	0			
分专业核心课	市场营销专业	CF3309	数字化创新网络营销	4	必修	64	32	考试			4						
		CF3302	搜索引擎营销	2	必修	32	20	考查			2						
		CF3304	客户服务与管理	4	必修	64	32	考查				4					
		CF3204	新媒体营销	4	必修	64	32	考查			4						
		CF3310	数字营销技术应用 (初级)	Certificate of Digital Marketing Application (Primary)	4	必修	64	50	考查				4			●1+X新媒体营销职业技能等级证书	
		CF3311	采购供应管理	Supply Chain Management	4	必修	64	32	考查				4				
			小计		22		352	198		0	0	10	12	0	0		
	大数据与会计专业	CF3312	税法基础	Fundamentals of Tax Law	4	必修	64	28	考试			4				●初级会计证	
		CF3306	智能财税	Intelligent Finance&Taxation	4	必修	64	40	考查				4				
		CF3308	财务机器人应用	Intelligent Finance Applications	4	必修	64	42	考查				4				
		CF3313	财务会计	Financial Accounting 2	4	必修	64	32	考试			4				●初级会计证	
		CF3314	Excel 财务应用	Applied Excel Skills for Accounting	2	必修	32	28	考查			2					
		CF3315	财务大数据分析	Big Data and Analytics for Accounting	4	必修	64	32	考试				4				
			小计		22		352	202		0	0	10	12	0	0		
		合计		22		352	202		0	0	10	12	0	0	REF		

课程模块 (性质)	课程代码	课程名称(中文)	课程名(英文)	学分	课程 属性	学时 共计	学时 实践	考核 方式	学期课堂周课时						授课 语言	备注
									1	2	3	4	5	6		
专业群拓展 课程	COM616P	计算机等级考试强化训练	Intensive Training for Computer Rank Examination	1	限选	16	16	考查		1						★
	CF3501	市场调研	Marketing Research	4	限选	64	32	考查			4					
	CF3203	商务数据分析与应用	Business Statistical Analysis	4	限选	64	32	考查			4					
	CF3206	营销策划与实务	Practices of Marketing Planning	4	限选	64	32	考试				4				
	CF3209	财务管理基础与应用	Financial Management and Application	4	限选	64	32	考试				4				
	合计			17	0	272	144		0	0	8	8	0	0		
单独 设置 的 实 践 周	公共 课实 践周	COM604	思想政治理论实践	1	必修	25	25	考查	0.5W	0.5W					中文	
		COM615P	劳动教育周	2	必修	50	50	考查	1W	1W					中文	S1-S2劳动教育周
	小计			3		75	75									
	市场营 销专业 课实践 周	CF3403	直播与短视频创作实训	2.5	必修	63	63	考查				2W				
		CF3404	市场营销综合实训	6	必修	150	150	考查					25			可以校企合作、考证 辅导、综合实训
	大数据 与会计 专业课 实践周	CF3405	云 ERP应用实践	2.5	必修	63	63	考查				2W				
		CF3406	大数据与会计综合实训	6	必修	150	150	考查					25			可以校企合作、考证 辅导、综合实训
	小计			8.5		213	213						25			
	毕业 实践 周	CF3P03	顶岗实习	18	必修	450	450	考查						18W	中文	
		CF3P04	毕业设计	6	必修	150	150	考查					6W		中文	
	合计			35.5		888	888							18W		
总计				135		2540	1588		22	23	24	23	27			

注：1. 国内转本课程标注★、岗证融通课程●
2. 考核方式：考试/考查，每学期考试课程不少于2门。
3. 专业课实践周可在17-18周安排，从第三学期开始每学期至少安排一周。

附件 2：专业群课程学时、学分分配表

企业管理专业群课程学时、学分分配表												
课程设置及学时分配							每学期周课时					
课程模块	属性	课程数	学分	学时	实践学时	学时比	S1	S2	S3	S4	S5	S6
公共基础课	必修	23	32.5	580	242	22.83%	14	9	2.25	1.25	0	0
公共选修课	选修	4	8	128	0	5.04%	0	2	2	2	2	0
专业群平台课	必修	7	20	320	112	12.60%	8	12	2	0	0	0
分专业核心课	必修	6	22	352	202	13.86%	0	0	10	12	0	0
专业拓展课	限选	5	17	272	144	10.71%	0	0	8	8	0	0
单独实践周	必修	6	35.5	888	888	34.96%	1.5W	1.5W	0	2W	25+6W	18W
总计		51	135	2540	1588	100.00%	22	23	24	23	27	0
其中实践学时占总学时比例							62.52%					
选修课学时占比例							15.75%					