

2025 版数智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：大数据与会计（530302）工商企业管理（530601） 市场营销（530605）
国际金融（530207）

核心专业：大数据与会计（530302）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或者具备同等学力。

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，面向商务服务、智能制造、生物医药等行业，涵盖财务类、营销类、管理类、人力资源类、行政综合类等职业群，能够从事营销师、客户专员、策划师、会计师、人力资源、行政管理等（岗位）工作的具有国际视野的高素质高技能人才。

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)	财务会计 类 (5303)	会计专业人员 (2-06-03) 税务专业人员 (2-06-05)	企业会计核算、注册 会计师事务所助理、 企业财务大数据分析、 企业会计信息管理、 企业税务管理	会计专业技术资格、 业财一体信息化应用、 智能财税、财务共享服务
财经商贸大 类 (53)	工商管理类 (5306)	企业经理 (1-06-01- 02) 管理咨询专业人员 (2-06-07-08) 数字化管理师 (2- 06-07-13)	企业经理、管理咨 询、企业数字化管 理、部门主管	门店数字化运营与管 理、人力资源共享服 务、企业管理咨询
财经商贸大 类 (53)	工商管 理 类 (5306)	市场营销专业人员 (2-06-07-02) 客户服务管理员 (4- 07-02-03) 互联网营销师 (4- 01-06-02) 品牌专业人员 (2-06- 07-04) 销售人员 (4-01-02)	品牌策划师、市场 推广专员、销售代 表、客户服务主 管、门店经理等	品牌策划师、互联 网营销师、客户服 务管理员、数据分 析师
财经商贸大 类 (53)	金融类 (5302)	银行专业人员 (2-06-09) 保险专业人员 (2-06-10) 证券期货基金专业人员	银行客户经理、理 财经理、金融机构大 堂经理、证券投资顾 问、保险代理人、 理财规划师等	理财规划师证书、 ERP 证书、 初级会计证

		(2-06-11) 其他经济和金融专业人 员 (2-06-99)		
--	--	---	--	--

六、培养模式

本专业（岗位）群采取“根系-树干-冠翼”AI赋能人才培养模式（RTC-AI模式），主要依据大数据、行业企业反馈，建立岗位人才技能图谱，结合教育部公布的专业教学标准，确立相应的课程模块体系。在根系阶段突出产业认知和角色转换，通过新《职业生涯规划》、《AI通识》、专业平台课程，强基固本；树干阶段，融通岗课赛证，结合专业教学标准核心课程、区域特色课程和微证书课程，以能力培养的生态化构建为中心，壮干蓄势；冠翼阶段，融入多方拓展课程，实施精准的分类教育，实现人人成材的教育目标。突出全程导师制以及AI赋能过程管理，动态调整“教、学”状态、课程内容以及专业设置，实现“评估-优化-迭代”的闭环。

七、培养规格

本专业学生应在素质、知识及能力等方面达到以下要求：

1.通用基础素养

(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中华优秀传统文化、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；

(4) 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；

(5) 具有国际化素质，能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；

(2) 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

(3) 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解决问题的能力；

(4) 具备职业生涯规划能力，能有效管理时间和资源以完成既定任务；对自己的行为、

决策及后果承担责任，具备独立工作和自主推进任务的能力；

(5) 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；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。

3. 专业核心能力

本专业群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) 掌握大数据分析等工具，具有数字化与智能化应用能力；
- (2) 学习业务与经营联动技能，具有业财融合与跨学科协同能力；
- (3) 融入绿色经营与可持续发展和环保理念，具有创新与可持续发展能力。

3.1 大数据与会计专业能力

(1) 具备资金管理能力，掌握出纳和资金管理的知识，能够熟练运用各种资金结算工具，完成资金收付结算；

(2) 具备会计核算能力，具备财务会计、会计准则等理论知识，能够准确进行会计要素的确认、计量和报告，熟练进行会计凭证编制与审核、账簿登记以及报表编制；

(3) 具备成本核算与管理能力，具备成本会计知识，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；

(4) 具备业务财务信息化处理能力，能够熟练完成企业信息系统中财务链和供应链相关业务处理，能运用新技术工具开展智能报账和智能核算工作；

(5) 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；

(6) 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；

(7) 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；

(8) 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。

3.2 工商企业管理专业能力

(1) 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。

(2) 具备宏观事态分析能力：熟知本行业相关的政府宏观政策、法律法规，对其变动

具有一定的敏感度，能够准确地判断出其变动对所从事商务活动的影响。能够从宏观角度思考、分析、判断企业运营管理中的问题。

(3) 具备初级市场营销能力：掌握线上、线下营销活动策划，组织和控制的基本方法。掌握销售和客户沟通与服务的方法、原则与技巧。具备开展市场调研，获取和分析客户需求、市场动态等重要市场信息的能力。

(4) 具备初步开展电子商务的能力：掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法。能够线上（跨境）客户咨询、异议，处理客户投诉，进行客户个性化服务。

(5) 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。

(6) 具备初级人事管理能力：掌握绩效计划的制定、绩效辅导的沟通、绩效考核的评价、绩效结果的应用、绩效目标的提升等绩效管理的知识和方法。具备制定标准、衡量工作、纠正偏差等绩效管理及纠偏能力。能够运用人员选拔与配置、团队沟通、绩效管理和有效激励等知识和方法组建团队并激励成员的能力。

(7) 具备数据应用能力：具备本专业必需的，如 ERP、用友等专业商务软件与系统应用与维护能力。具备数据意识，能够使用各种商务软件与系统对财务数据、市场数据等商务管理数据进行采集、整理、分析与应用的能力。

(8) 具备自主创业的能力：具有企业家精神。具有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。具备小微企业经营计划制订、战略实施、资源整合、经营环境分析等能力。

(9) 具备良好的英语交流能力：具备商务礼仪规范应用与跨文化交际能力。具备本专业所需的英文商务演讲、客户沟通（口头和书面）、文案策划等英文表达能力。

3.3 市场营销专业能力

(1) 具备卓越销售管理能力与沟通技巧，能够有效组建和激励销售团队，精准把握客户需求，能运用沟通艺术促成交易，提升销售业绩与客户满意度的能力。

(2) 具备对客群和竞争者的分析能力；具备数据意识和商务数据分析应用能力；掌握消费者行为和消费者心理分析的基本内容和分析方法；能从事销售，营销策划以及市场开发工作。

(3) 具有组织实施营销产品的市场调查与分析能力；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；能操作市场调研与分析的工作。

(4) 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；能操作产品/服务/品牌推广的工作。

(5) 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;能操作数字媒体平台上的内容创作和编辑;能分析不同媒体平台的特点和用户需求,根据不同平台和受众进行内容策划和制作。

(6) 具备零售管理能力;熟悉选址策略、商品采购;掌握店面人员和财务管理的方法;能操作制定与实施零售战略;能操作小型零售店面管理的工作。

(7) 具备服务营销策略制定与执行能力、客户关系全生命周期管理能力,能够精准洞察客户需求,通过优质服务提升客户满意度与忠诚度,推动企业可持续发展

(8) 具备一定跨境电商操作与运营的专业技能,能够运用国际营销策略和数字化工具,精准拓展海外市场,高效管理跨境交易,提升跨境电商运营效率与盈利的能力。

3.4 国际金融专业能力

(1) 具备金融学、经济学、营销学等金融领域基础学科知识。

(2) 具备国际金融、财务分析、个人理财、私人财富管理等基础知识。

(3) 具备保险实务、证券投资的基础知识,掌握基本规范。

(4) 具备金融产品营销策略理论,掌握金融产品种类和服务知识。

(5) 具备金融相关的法律知识、行业法规、监管规章及金融机构内部规章相关知识,具备良好的职业道德。

(6) 能准确运用国际金融和国际贸易术语,具备国际结算工作中必要的读、写、译能力。

(7) 具有较强的信息检索、搜集、识别和判断能力,能熟练使用软件进行数据处理,能够紧跟金融市场和互联网科技的发展,自学金融新产品、新知识,具有较强的职业适应能力。

(8) 能准确、快速地进行手工点钞、假币鉴别,能熟练使用防伪点钞设备、自动存取款设备和工作现场的办公设备处理柜面业务。

(9) 能准确分析和解读会计信息,根据会计信息分析企业财务状况和盈利能力,对项目投融资风险进行初步评估。

(10) 掌握金融礼仪、营销话术,会开拓和维护客户,能开展金融产品营销、理财规划和客户个性化服务。

本专业岗位职业技能与课程体系图谱(分专业)见附件 1

八、课程设置

(一) 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基础课、职业素养课(专业基础课)、专业核心课、微专业课、分类培养课、单独设置的实践环节、公共选修课等七大模块。根据学生未来发展方向分别开设微专业证书课程和三个拓展模块,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,并适应学生个性化

的发展需求。

(二) 主要课程说明

表 2 职业素养课（专业基础课）说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
国际商务基础(引进)	本课程是数字经济与管理学院专业基础课，聚焦商业核心概念、理论与实践。通过分析全球商业环境，引导学生认知并处理各商业功能板块的关联，掌握人力资源、运营管理、市场营销、会计金融等领域的基础运作逻辑。课程以案例分析为抓手，培养学生职业技能、职业道德与职业信心，提升团队协作能力，塑造商业国际视野与大商科认知素养，为职业发展奠基，同时可辅助创新创业大赛，助力学生树立科学的职业规划。	通过介绍中国商务变迁和经济成就增强民族自豪感和家国情怀。在国际市场的学习中融入全球经济共同体意识。
市场营销学(引进)	本课程旨在培养学生现代市场营销大视野，聚焦多变市场环境下顾客中心营销观念的核心价值，讲授产品、服务、价格、促销、分销等营销活动的开发、设定与管理逻辑。课程涵盖营销环境辨析、营销计划与战略、消费者行为分析、目标市场选择、营销组合及竞争策略、营销组织与控制等内容，引导学生运用营销原理撰写商业计划书，助力创新创业大赛。	市场分析调研中不作假，讲诚信。树立符合中国当代本质特征和文化遗产的营销观。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 I	经济学基础 I 涵盖生产、交换、货币、通胀、失业、供需、社会主义市场经济理论、产权与分配制度等内容，侧重培养学生微观经济理论与宏观经济分析的应用能力，夯实社会总供求、国际贸易与金融基础知识，助力学生形成对社会主义市场经济的正确认知，提升经济分析与决策能力，为专业课程学习拓宽视野。	将我国政治经济制度与外国进行对比教学，培养学生辩证思维，感受我国社会主义制度的优越性，增强学生制度自信。宏观经济学习中融入国家的宏观调控政策和案例，促进学生爱国、爱党的情怀。培养学生经世济民的使命感。

表 3-1 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
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。	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。
财务会计 2	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	在货币资金结算中融入抵抗物质诱惑，廉自律教育，对我国金融 产等的发展介

	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。同时可支持 CIMA Certificate。	绍增强学 的家国情怀和民族自信 在资产和收入等确认中入不开假票，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。
智能成本核算与管理	本课程通过网课与讲授结合的方式，学习智能化成本核算和管理的基本理论框架，了解成本核算和管理的基本概念、原则、方法和技巧。对案例企业进行成本构成分析，深入了解企业的成本构成和成本结构，根据成本构成的分析结果，结合企业管理和业务特点，选择适合企业的成本核算方法，如直接成本法、间接成本法、标准成本法等继而逐步实施成本核算工作，包括数据收集、成本分类、成本计算、成本分配、成本分析等，确保成本核算的准确性和完整性，之后要分析企业的各项成本，探索成本控制的方法和技巧，制定进一步的成本管理计划，为企业的可持续发展提供良好的基础。	通过案例讲述及引入，引导学生了解环境成本管理 与保护环境的责任感，成本会计人员要实事求是、依法依规进行税金核算，培养学生的法治意识和职业道德培养具有专业能力、法治意识、创新精神和社会责任感的高素质人才。
大数据技术在财务中的应用	本课程通过介绍大数据技术，了解大数据技术的基础，并通过大数据技术再数据分析、风险管理、财务报表分析、预算分析以及风险评估上的简单应用讲述大数据时代财务相关工作的变化及风险。	通过案例讲述及引入，引导接受大数据技术给工作带来的便捷和高效，同时树立风险意识，注意边界，在数据挖掘和处理过程中的自信创新及透明度。培养过硬的心理素质和职业自信及责任感和创造力，有良好的职业素养和综合能力。
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。
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。本课程内容实际工作中的税务会计工作非常切合。	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。
会计综合实训	1. 财务共享综合实训 本课程以数智化财务云平台为依托，将理论知识，沙盘模拟、仿真实操紧密结合，以“理论知识+沙盘模拟+仿真实操”为整体学习框架，让学生深度感受财务共享服务下的财务人员转型需求，提升财务管理的专业	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

	<p>素养。同时，以业务为导向，串联 ERP 业务中心、财务记账中心、OA 费控中心等系统的操作技能点，还原财务共享服务模式下的各大工作场景，培养学生共享模式下的岗位群业务处理能力。</p> <p>2. 管理会计综合实训</p> <p>运用管理会计实训平台，进行投融资、预算、成本、战略管理等业务进行综合实训，提升学生分析、预算、决策的能力，促进管理会计能力养成，为走上工作岗位奠定基础。</p> <p>3. 智慧财务综合实训</p> <p>本课程通过智慧财务云平台进行综合实训，通过应用财务机器人对不同行业、不同账套的实训，提升学生应用财务机器人进行智能账务处理的能力，本课程与 1+X 企业财务与会计机器人应用职业技能等级证书相互融合。</p> <p>4. 业财税审综合实训</p> <p>本课程通过财会职业能力养成平台进行行业财税审综合实训，通过对不同行业、不同账套的仿真实训，提升学生业财融合的能力，打通就业最后一公里，促进岗课赛证融通。</p>	<p>诚实守信、精益求精的工匠精神培养。</p>
--	---	--------------------------

表 3-2 工商企业管理专业核心课程说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
人力资源管理	<p>本课程从人力资源的获取、整合、调控、报酬与激励、开发等功能；人力资源的获取包括工作分析、人力资源规划、人员选聘等内容，主要是解决人力资源的“从无到有”的问题；人力资源整合包括企业文化培训、沟通与协调等内容，主要解决人力资源的“从外到内”的问题；人员调控包括人员配置与再配置、绩效管理等内容，主要解决员工行为的方向问题；报酬与激励包括薪酬设计和激励等内容，主要解决员工的行为动力问题；人力资源开发包括员工培训、职业发展等内容，主要解决企业人力资源的质量问题。该课程同时为学生考取企业行政管理证书奠定基础。</p>	<p>通过人员选聘录用培养学生树立竞争意识与正确的用人观；通过员工培训培养学生持之以恒的终生学习能力；绩效和薪酬管理帮助学生理解多样化的价值回报，避免一切向“钱”看。</p>
客户服务与管理	<p>本课程是面向高职专科学生的专业技能课，旨在培养高素质的客户服务与管理人才。课程聚焦“以客户为中心”的理念，教授沟通技巧、投诉处理、客户关系管理(CRM)基础、服务流程优化等核心知识和实用技能。通过案例、模拟演练等实践方式，提升学生在真实服务场景中解决问题的能力，为未来从事一线服务及初级管理工作打下坚实基础。</p>	<p>树立职业认同感，深刻理解“为人民服务”在客户岗位的体现，培养爱岗敬业精神。培育精益求精的态度，关注服务细节，追求优质客户体验，塑造专业、负责的职业形象。</p>
供应链管理	<p>本课程介绍供应链产生背景、管理内涵与核心思想，讲解供应链结构流程及网络分类；涵盖供应链整合的内容、重点、实施过程与技术，阐释库存管理方法及系统优化策略；讲授采购流程、价格策略与成本控制，以及供应链环境下的准时化采购；分析我国大企业供应链管理现状并给出对策。</p>	<p>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，激发学生对于供应链行业的敬意。</p>
企业管理咨询	<p>本课程面向高职专科学生，教授企业管理咨询的核心知识与实践技能。学生将学习如何识别企业运营中的常见问题（如流程不畅、效率低下、管理混乱），掌握基础的分析诊断方法，并能提出切实可行的改进建议。课程</p>	<p>引导学生认识管理咨询对企业发展和社会经济的重要性；强调咨询工作中的诚信原</p>

	注重案例学习和模拟项目,培养学生运用专业工具解决企业实际问题的能力。	则,包括真实反映问题、科学分析数据、提供可靠建议,抵制弄虚作假,践行职业道德;培养学生精益求精的态度,在方案设计与问题解决中追求细节、注重实效,锻炼扎实的专业技能和持续改进的思维。
管理学基础 1	管理学基础 1 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。
跨文化沟通与交际	本课程主要学习语言文化关系、语言交际与非语言交际、各国风俗习惯、文化禁忌、交际礼仪、核心价值、跨文化营销、海外市场推广、跨文化冲突分析等知识。具备运用英语与多元文化背景客户进行跨文化商务交际的能力。	具有一定的国际视野,能够正确理解多元文化和人类命运共同体内涵。

表 3-3 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
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。
品牌营销与推广实务	本课程系统讲授品牌营销与推广的核心理论与实战技巧。涵盖品牌定位、品牌形象塑造、品牌价值传播等内容,深入剖析品牌建设的策略与方法。通过案例分析与实战演练,使学生掌握品牌推广的多种手段,包括广告、公关、促销、社交媒体营销等,学会制定并执行整合营销传播方案,提升品牌知名度与美誉度,增强品牌竞争力。同时,结合当下热门的数字营销平台,培养学生运用新媒体技术进行品牌推广的能力,使其能够适应快速变化的市场环境。	培养学生的品牌意识与创新精神,引导学生树立正确的职业道德观,强化社会责任感,使其在品牌营销与推广实践中注重诚信经营,维护消费者权益,积极传播正能量,为塑造具有社会责任感的品牌形象贡献力量。
销售管理与沟通艺术	本课程聚焦销售管理与沟通技巧的培养,涵盖销售团队组建与激励、销售目标制定与分解、销售过程监控与评估等管理内容。同时,深入讲解沟通心理学、商务谈判技巧、客户关系维护等沟通艺术,通过角色扮演、案例分析、实战模拟等方式,使学生掌握高效沟通的方法与策略,提升销售团队的沟通能力与销售业绩。课程还注重培养学生的跨文化沟通能力,以适应全球化背景下的销售工作需求。	引导学生树立正确的价值观与职业操守,培养团队合作精神与敬业精神,使其在销售管理与沟通实践中秉持诚信、公平的原则,注重客户利益,以优质的服务和沟通赢得客户信任,为企业的可持续发展奠定基础。

服务营销与客户关系管理	本课程围绕服务营销与客户关系管理的核心理念展开，系统讲授服务营销策略制定、服务流程优化、服务质量提升等内容。深入探讨客户关系管理的全生命周期，包括客户获取、客户维护、客户忠诚度培养等环节，使学生掌握客户数据分析、客户满意度调查、客户投诉处理等实用技能。通过案例分析与实践项目，培养学生以客户为中心的服务意识，提升其在服务营销领域的专业素养与实践能力。	培养学生的服务意识与客户至上理念，引导学生树立正确的职业道德观，强化社会责任感，使其在服务营销与客户关系管理实践中注重诚信服务，维护消费者权益，积极营造良好的市场环境，为推动社会和谐发展贡献力量。
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、互帮互学精神，树立服务乡村的社会责任感，塑造劳动精神。
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。

表 3-4 国际金融专业核心课程说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
金融学基础	本课程主要学习基本的金融知识及相关理论。对货币、信用、银行、金融市场、金融宏观调控等基本范畴有较系统的了解；掌握观察和分析金融问题的正确方法，培养辨析金融理论和解决金融实际问题的能力。理解金融服务机构提供的投资产品及服务；按照金融分析要求，进行产品估值计算、投资回报计算、风险估算等；理解一系列股权、债权工具定价原理，计算、比较和估算金融产品内涵价值；估算期权和期货产品内涵价值；分析和预测宏观经济因素对不同证券价格的影响；解释货币的时间价值概念，并将其运用到财务管理决策；解释风险管理策略基本概念及估算。	通过货币、信用的讲解，引导学生的爱国主义思想并帮助学生树立正确的价值观。向学生讲述诚信精神，讲述商业银行的概述、主营业务以及经营管理者服务意识和职业操守。让学生理解宏观经济政策和实际生活的紧密联系，在此背景下中央银行出台了各项扶持政策，鼓励学生创新创业，通过“普惠金融”扶持三农发展和“双创精神”引导下的小微企业成长的实际案例，培养学生的创新意识。引导学生明白国家政策、“中国梦”的内涵以及新时代赋予学生的使命。
保险实务	本课程主要学习保险、风险管理和风险转移等基本保险知识以及相关理论。通过了解风险管理的方法、保险的内涵、保险合同的特征、保险的基本原则、保险业务的运作、保险的定价、保险公司的经营以及保险市场的管理，使学生掌握保险的内在关系和运行规律。同时通过对国内外保险市场发展动态的介绍，中外保险经典案例的评析，使学生及时把握中国保险改革的方向和国际保险发展的趋势，并为其他专业课的学习打好理论基础。	引导学生以《保险法》作为职业行为准则，牢固树立风险防范意识，提升规避风险能力。树立法制意识，遵纪守法，加强学生的责任意识；培养爱岗敬业、认真负责的态度。
个人理财	本课程主要学习个人财务管理和现金规划、个人风险管	结合金融企业和金融

	<p>理和保险规划、个人税收筹划、个人住房规划、个人投资管理和投资规划、子女教育规划、退休养老规划、财产分配与遗产规划和综合理财规划。通过学习，使学生掌握个人理财的基本知识，合理确定个人理财目标，清楚地了解个人家庭的财务状况，使支出和收入合理地匹配，为个人、家庭进行良好的理财规划。</p>	<p>专业本身蕴含的丰富的课程思政元素，以培养学生价值选择能力为导向，帮助学生树立马克思主义世界观、人生观、价值观及正确的理财观念，关注学生“职业道德和敬业精神”等思想道德素质的提升，满足学生成长发展的需求和期待。</p>
国际金融	<p>本课程主要学习国际金融学的基本理论，介绍国际金融的基本业务和基础知识。通过课程的学习，使学生提高对开放经济的认识，理解一国内部均衡与外部均衡的相互关系，系统而扎实地掌握外汇与汇率、国际收支、国际储备、国际金融市场、国际货币体系等基本理论和基本原理；掌握国际投融资、外汇交易和国际结算的基本技能以及防范外汇风险、利率风险的技巧；了解我国涉外金融工作的方针、政策和法规，并能理论联系实际，提高分析、解决实际问题的能力，为进一步学习其他专业课程打好基础。</p>	<p>学生通过课程学习应能够运用所学知识，分析全球化背景下的国际金融热点，提出适应中国国情和未来发展趋势的改革建议，同时培养良好的职业素质，为今后从事金融行业工作做好准备，毕业后更好地服务国家、服务社会。</p>
证券投资实务	<p>本课程主要介绍以股票为代表的证券及证券市场，阐述证券投资分析的基本理论与方法，并在此基础上进行模拟炒股实战演练，将理论与实践相结合，培养学生证券分析的素质和能力。使学生掌握证券分析资料与数据的获得以及利用专业软件进行证券投资分析的方法，熟悉证券投资的过程和交易程序，掌握行情报表的阅读和投资机会的把握；熟悉国家宏观经济政策，了解行业发展最新动态；熟练使用证券软件分析系统；通过对风险和收益的判断，提高风险防御能力和投资盈利能力。</p>	<p>课程通过实时证券投资，分析实时大盘、政策及事件的影响和实践操作环节，刺激学生自主学习的兴趣和热情，旨在通过课程的学习和互动，让学生初步掌握基本的证券投资知识和常规操作技能，培养学生正确的投资思维和金融理念。</p>
金融服务营销	<p>介绍金融产品目标客户及价值评价，目标客户的选择与开发，市场营销策略，客户关系的管理与维护，客户经理的商务礼仪，营销团队建设，金融产品营销调研，金融产品模拟营销，金融产品实战营销，金融产品营销成果交流。通过课程的学习，使学生掌握客户经理的职责，熟悉客户的种类及选择标准，掌握营销技能与技巧，具备良好的沟通、表达能力，掌握基本的营销礼仪，能够开发客户、维护客户关系。</p>	<p>金融产品营销探讨了金融企业的营销思路、规律和实务流程，培养学生知识和技能的同时，注重加强对学生职业道德和职业素养的培养。让学生铭记作为金融学子肩上沉甸甸的使命与担当，落实到行动中，做到知行合一。</p>
大数据技术在财务中的应用	<p>本课程通过介绍大数据技术，了解大数据技术的基础，并通过大数据技术再数据分析、风险管理、财务报表分析、预算分析以及风险评估上的简单应用讲述大数据时代财务相关工作的变化及风险。</p>	<p>通过案例引导学生接受大数据技术给工作带来的便捷和高效，同时树立风险意识，注意边界，在数据挖掘和处理过程中的自信创新及透明度。培养过硬的心理素质和职业自信及责任感和创造力，有良好的职业素养和综合能力。</p>

表 4 微专业课程说明

课程名称	主要教学内容	课程思政目标
Excel 商业数据分析	本课程以苏州制造业和跨境电商企业数据为素材，重点培养 Excel 数据处理能力。学生将学习使用数据清洗，通过数据透视表分析企业报表。	本课程立足苏州制造业与跨境电商真实数据，培养学生严谨求实的职业精神，增强科技兴国使命感，在数据处理的专业实践中锤炼诚信、责任与担当。
Python 数据分析入门	学习 Python 基础数据处理，避开编程语法难点。使用苏州房价、商圈客流等生活化数据集，重点掌握数据筛选、分组统计等实用技能。	本课程通过分析苏州房价、商圈客流等生活化数据，引导学生关注社会发展，培养科学精神、数据伦理意识及用技术解决实际问题的社会责任感。
Power BI 可视化分析	基于苏州本地企业脱敏数据，学习用 Power BI 快速构建商业智能看板。重点培养数据叙事能力而非复杂技术操作。	本课程基于苏州企业数据，培养学生用数据可视觉化解构商业现象的能力，树立求真务实精神，在数据叙事中强化科技报国、服务地方发展的责任担当。

表 5 分类培养课程说明

类型	课程名称	主要教学内容	课程思政目标
专业拓展课 I	商业与公司战略	商业与公司战略课程内容涵盖了商业基础知识、公司战略理论、战略制定与执行、创新与变革管理以及实践与应用等多个方面。这些课程旨在培养学生的战略思维、决策能力和管理能力，为他们未来在商业领域的成功奠定坚实的基础。	培养学生在商业环境中的战略思维、决策能力和管理能力，在复杂的环境中保持初心，以不变应万变。
	商业研究技巧	该课程专注于教授学生一系列必要的工具和方法，这些工具和方法是在商业环境中进行高质量研究的关键。通过本课程，学生将学会如何精确地定义研究问题，规划并执行研究项目，以及收集和分析数据。课程还旨在培养学生的能力，使他们能够将研究结果转化为决策支持信息，并为商业战略提供支撑。完成课程后，学生将具备在企业不同职能部门——包括市场营销、财务、运营管理和战略规划——运用所学技能的能力。	通过深入研究商业环境与实践，培养学生的社会责任感和伦理观念，提高他们识别和解决复杂商业问题的能力。我们旨在教育学生以诚信、公正和专业的态度对待数据和研究结果，鼓励他们在未来的职业生涯中秉持良好的职业道德和社会价值。
	组织行为学	本课程阐释组织与社会中个体及群体的行为模式与动因，分析人类行为与社会系统动态的相互影响，聚焦现代组织面临的全球化、组织形态革新、多元文化、质量服务升级、技术融合、知识管理等挑战，强调敏捷性与适应性的核心价值。课程从界定组织行为学(OB)内涵、方法	使学生从个体、群体、组织三个层面了解工作组织中各种行为以及相互作用的关系，引导学生用辩证的

		及内外部影响因素切入，逐步深入个人行为、人际互动、团队协作及组织层面的问题研究，为学生考取企业行政管理证书夯实基础。	方法看待问题，解决问题，让学生以正确的价值观看待组织中人的心理与行为。
专业拓展课 II	经济学基础 II	本课程是在前续开设的经济学基础 I 的基础上，对以往考题进行系统梳理与解析，训练学生应对考题的解题能力。	培养学生的提前规划，凡事有准备的意识；提高学生分析问题解决问题的能力。
	管理学基础 II	本课程是在前续开设的管理学基础 I 的基础上，对以往考题进行系统梳理与解析，训练学生应对考题的解题能力。	培养学生的提前规划，凡事有准备的意识；提高学生分析问题解决问题的能力。
	专业技能强化训练	技能考试强化训练教学内容：课程涵盖计算机应用（Office 高级操作、信息检索）、语言表达（应用文、论述文写作）、数据分析（图表制作、逻辑推理）及实践技能（方案设计、案例分析）等。通过真题解析和模拟考试强化应试技巧。	融入思政目标职业伦理、文化自信、创新协作和法治观念，培养学生严谨规范的工作态度、家国情怀及社会责任感，实现技能提升与价值观塑造的双重目标。
专业拓展课 III	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。
	数智企业经营管理沙盘	通过本课程的学习，让学生了解企业运营的全部过程，掌握各岗位任务，了解智能时代与传统时代的区别，借助智能系统进行实践操作，将理论变为实践。通过实践操作，养成良好的财务、人力、生产、营销意识和行为习惯，为以后从事各类工作打下基础。通过本课程的学习与训练活动，了解并运用相关知识，掌握企业基本业务的能力。通过实训和实践操作，能够完成在不同环境下模拟企业经营并盈利，能发现并解决企业面对的突发问题，对企业业务运行过程进行控制和监督。	培养学生社会责任及碳中和意识，提升团队协作能力和实践能力，实现和加强业财一体融合的理念，进行职业岗位综合职业素养的培养。
	财务管理	本课程主要学习财务管理的基本理论与方法，企业财务管理活动的各个业务环节和过程，财务管理方法在企业活动中的应用与分析，系统地介绍企业财务管理的理论体系和实践应用。通过学习，使学生掌握财务管理的基本原理，掌握现代企业融资、投资和收益分配的财务运作理论和方法，了解企业兼并与收购、破产与重整、企业集团财务管理以及知识与经济财务与财务管理等财务拓展问题。	帮助学生树立正确的消费观、人生观、价值观，明白诚信对企业和个人重要性。在金钱面前树立较强的法律意识，树立良好的职业道德操守，为将来的职业生涯奠定良好的基础。
	个人理财	本课程主要学习个人财务管理和现金规划、个人风险管理和保险规划、个人税收筹划、个人住房规划、个人投资管理和投资规划、子女教育规划、退休养老规划、财产分配与遗产规划和综合	培养学生价值选择能力为导向，帮助学生树立马克思主义世界观、人生

		理财规划。通过学习,使学生掌握个人理财的基本知识,合理确定个人理财目标,清楚地了解个人家庭的财务状况,使支出和收入合理地匹配,为个人、家庭进行良好的理财规划。	观、价值观及正确的理财观念,关注学生“职业道德和敬业精神”等思想道德素质的提升,满足学生成长发展的需求和期待。
	私人财富管理	本课程介绍私人财富管理的内容、目标和方法,针对高净值客户,设计一套全面的财务规划,提供现金、信用、保险、投资组合等一系列金融服务,对客户的资产、负债、流动性进行管理,以满足客户的财务需求,帮助客户达到降低风险,实现财富增值、传承的目的。	随着中国经济的发展,高净值人士数量迅速增长,课程全方位地梳理私人财富管理和传承的理念、知识和工具,让学生树立正确的价值观、财富观。
	跨境电商实务	本课程助力学生初步掌握跨境电商概念、流程与要求,重点精通敦煌网运营,具备竞争对手分析及店铺优化策略制定能力,可实现真实贸易并赚取外汇,提升实践创新能力;同时培养跨境电商工作核心能力,延伸国际贸易实务知识,助力学生明晰跨境电商全业务流程并掌握实操技能。	将专业核心知识、关键能力,同职业必备品格和正确价值观有机结合,培养学生的责任感、使命感。
	零售经营实务	本课程主要内容为:零售商的类型、全渠道零售、零售市场战略、零售经营管理、财务战略、商圈分析与选址、零售组织人力资源管理、信息系统与供应链管理、商品分类与规划、商品采购、零售定价、店面管理、商店布局、设计及视觉营销等。通过学习,学生可基本掌握零售领域商品和商店管理中的策略、组织设计、人员管理、商店选址、采购管理、价格管理、促销管理和服务管理的基本实践知识和零售管理运作能力。	从零售业对经济发展的促进作用,培养学生的社会责任感和历史使命感;从零售商、企业家的爱国精神,培养学生的爱国情怀;从零售的商业故事,培养学生富于人文关怀的情感;通过现代零售的创新发展,培养学生的创新精神。

表 6 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(毕业设计)	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。掌握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。养成爱岗敬业、诚实守信、团队合作等职业精神,增强学生就业能力。	帮助学生养成爱岗敬业、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。

(三) 教学进度及学分安排

- (1) 教学计划进度表(附件2)
- (2) 专业课程学时、学分分配表(附件3)

九、毕业条件

学生需要通过规定年限的学习,须修满专业人才培养方案所规定的学时学分且平均 GPA 达 2.0 以上,完成规定的教学活动,达到此前培养规格所规定的通用基础素养、通用职业能力和专业核心能力等方面要求。

十、实施保障

1. 师资队伍

本专业共有校内师资 15 名,其中高级职称 3 人,中级职称 7 人,初级职称 2 人。另有企业兼职教师 5 人,具备高级工程师、工程师职称的占 1/3 以上。教师中具有双师背景的占 50%。

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 7 专业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	个人理财	个人理财(第二版)	中国人民大学出版社	2024.5	康建军、王波	978-730-032697-9
2	人力资源管理	人力资源管理——理论、方法、工具、实务(微课版第3版)	人民邮电出版社	2025.1	赵曙明	978-711-565031-3
3	经济学基础	经济学基础(第三版)	成都电子科技大学出版社	2024.12	吴凤丽	978-757-701532-3
4	市场营销学(引进)	市场营销理论、案例与实训	中国人民大学出版社	2023.1	杨勇	978-7-300-30762-6
5	营销策划与实务	营销策划实务	大连理工大学出版社	2025.6	姜岩	978-756-855373-5
6	智能财税	纳税实务	上海交通大学出版社	2025.1	王凯	978-731-328291-0
7	智能成本核算与管理	成本会计实务	江苏大学出版社	2022.2	吴育湘	978-756-841789-1
8	上市公司财务报表阅读	财务报表分析	大连理工大学出版社	2022.1	刘章胜	978-756-853713-1

	与分析					
9	财务管理	财务管理	大连理工大学出版社 (第八版)	2025.7	赵晓丽	978-756-855608-8
10	跨境电商实务	跨境电商实务	人民邮电出版社	2022.3	陈道志、卢伟	978-7-115-47183-3

(2) 课程资源

原则上每门课程都在学习通上传教学所需课程资源（建课）。形成的“教学资源库”为本专业群教学实施提供针对性强、内容丰富的案例视频、教学课件、课外资料等专业资源。教学过程中使用的慕课、智慧树及其他平台课程和资源也提供了线上线下混合教学的管理、展示、互动和评价。

3. 教学设施

(1) 校内实训基地

概述跨境电商实训室、会计综合实训室可开设的专业实训课程如表所示：

表 8 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	跨境电商实训室	进出口单证、外贸英文函电、跨境电商实务、商务数据分析、跨境电商创业平台实训
2	数智企业经营管理沙盘实训室	数智企业经营管理沙盘、国际商务基础（引进）

(2) 校外实习基地

学校与雪中飞实业有限公司以及杭州九阳小家电有限公司等企业开展合作，学生可在企业实训，参加高职学生职业技能大赛，成为信息化人才。具体如表所示。

表 9 校外实训基地一览表

序号	企业名称	基地主要作用
1	苏州东来仪百货文化用品有限公司	企业参观，参与企业盘点存货等实践岗位及实习岗位。
2	苏州金迅博信息科技有限公司	企业参观、企业运作展示，提供学生实习实践岗位。
3	招商银行股份有限公司信用卡中心	参观、运作展示，提供学生实习实践岗位
4	苏州赛道数据技术有限公司	合作课程开发，平台授课共享，提供学生参观学习及实践机会
5	雪中飞实业有限公司	产品营销与运营，如连锁管理、销售技巧等课程实训
6	苏州华成集团有限公司	汽车营销服务相关实训
7	杭州九阳小家电有限公司	小家电营销、店铺运营管理等实训
8	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
9	苏州亚盛药业有限公司	定期对接学生实习（OA 报销 财务）
10	苏州重建集团	跨境电商产业链系列实践课程、跨境选品展厅观摩

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”。

十一、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。

附件：

- 1.本专业岗位职业技能与课程体系图谱（分专业）
- 2.教学计划进度表（附件2）
- 3.专业课程学时、学分分配表（附件3）

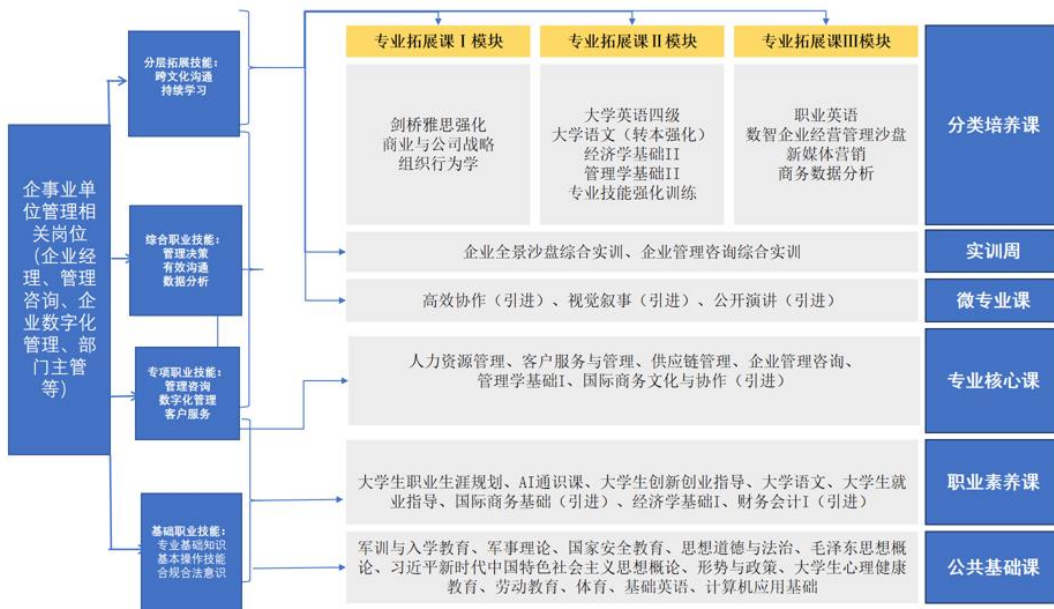
附件：

1.本专业岗位职业技能与课程体系图谱（分专业）

大数据与会计专业



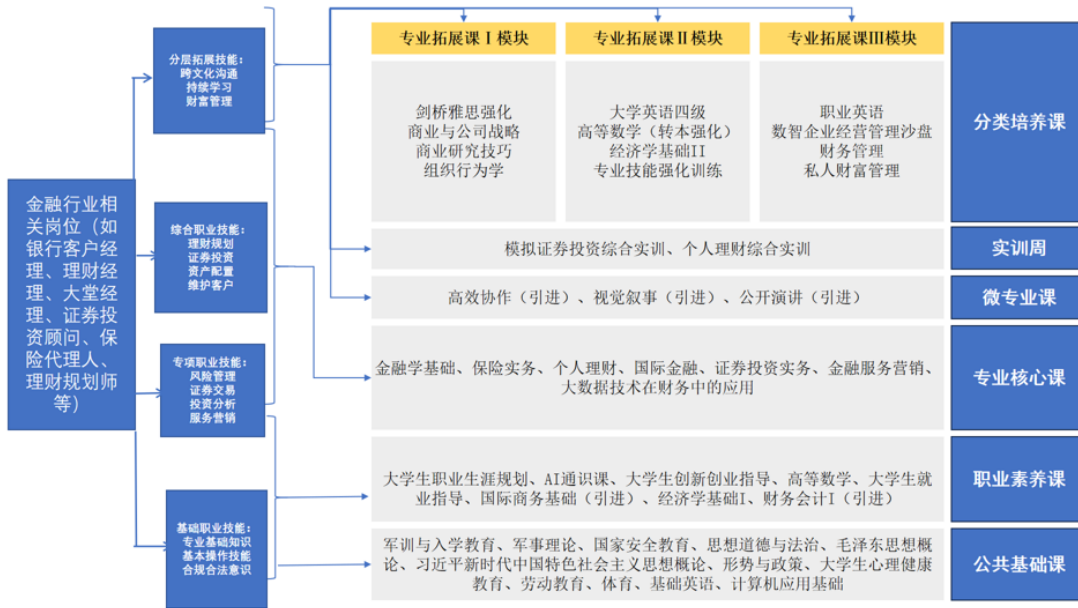
工商企业管理专业



市场营销专业



国际金融专业



2. 教学计划进度表（附件2）

数智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		考核 方式	学期课堂周课时						授课 语言	
						共计	实践		1	2	3	4	5	6		
公共基础课	COM614	军训与入学教育	Military Training	2	必修	122	112	考查								中文
	COM625	军事理论	Military Theories	2	必修	32	0	考查			2					中文
	COM626	国家安全教育	National Security Education	1	必修	16	8	考查			1					中文
	COM601A	思想道德与法治	Value, Morality and Rule of Law	3	必修	48	0	考试	3							中文
	COM627	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		1						中文
	COM628	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		3						中文
	COM605-1	形势与政策 I	Situation and Policy I	0.25	必修	4	0	考查	0.25							中文
	COM605-2	形势与政策 II	Situation and Policy II	0.25	必修	4	0	考查		0.25						中文
	COM605-3	形势与政策 III	Situation and Policy III	0.25	必修	4	0	考查			0.25					中文
	COM605-4	形势与政策 IV	Situation and Policy IV	0.25	必修	4	0	考查				0.25				中文
	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	12	考查		1						中文
	COM615T	劳动教育	Labor Education	0.5	必修	8	0	考查	0.25	0.25						中文
	COM616T	计算机应用基础	Fundamentals of Computer Application	2	必修	32	16	考查	2							中文
	COM621-1	体育 I	Physical Education I	2	必修	32	28	考查	2							中文
	COM621-2	体育 II	Physical Education II	2	必修	32	28	考查		2						中文
	COM621-3	体育 III	Physical Education III	2	必修	32	28	考查			2					中文
	COM621-4	体育 IV	Physical Education IV	1	必修	16	14	考查				1				中文
	COM630	大学生职业生涯规划	Career Planning for College student	1.5	必修	24	8	考查	2							中文
	COM633	AI 通识课	Introduction to Artificial Intelligence	1	必修	16	8	考查		2						中文
	ENG629-1	基础英语 I (入门)	English Foundation I (Elementary)	4	必修	64	0	考试	4							双语
	ENG629-2	基础英语 I (核心)	English Foundation I (Core)	4	必修	64	0	考试	4							双语
	ENG629-3	基础英语 I (进阶)	English Foundation I (Advanced)	4	必修	64	0	考试	4							双语
	ENG630-1	基础英语 II (入门)	English Foundation II (Elementary)	6	必修	96	0	考试		6						双语
	ENG630-2	基础英语 II (核心)	English Foundation II (Core)	6	必修	96	0	考试		6						双语
	ENG630-3	基础英语 II (进阶)	English Foundation II (Advanced)	6	必修	96	0	考试		6						双语
	合计			37		682	262		15	16	5.25	1.25	0	0		
(含专业基础课)	COM631	大学生创新创业指导	Innovation and Entrepreneurship Guidance for College students	1.5	必修	24	8	考查		2						中文
	COM632	大学生就业指导	Career Guidance for College Student	1	必修	16	8	考查					2			中文
	COM634-1	高等数学 I	Higher Mathematics I	2	必修	32	0	考试	2							中文
	COM635-1	大学语文 I	College Chinese I	2	必修	32	0	考试	2							中文
	SOB601	国际商务基础(引进)	Fundamentals of Business	4	必修	64	32	考查	4							双语
	BEM609	经济学基础 I	Principles of Economics I	4	必修	64	20	考查			4					中文
	SOB604	财务会计 I (引进)	Financial Accounting I	4	必修	64	16	考查		4						双语
	合计			17		264	84		6	6	4	0	2	0		
工商企业管理专业核心课	BEM605	人力资源管理	Human Resources Management	4	必修	64	20	考试				4				中文
	BEM611	客户服务与管理	Customer Service and Management	4	必修	64	24	考查					4			中文
	IET601	供应链管理	Supply Chain Management	4	必修	64	20	考试			4					中文
	BEM612	企业管理咨询	Enterprise Management Consulting	4	必修	64	24	考查					4			中文
	BEM610	管理学基础 I	Introduction to Management	4	必修	64	20	考试			4					中文
	SOB603	国际商务文化与协作(引)	Business Culture and Collaborative	4	必修	64	32	考查		4						双语
	合计			24		384	140		0	4	8	4	8	0		
大数据与会计专业核心课	BDAA616	经济法基础	Fundamentals of Economic Laws	2	必修	32	16	考试		2						中文
	BDAA605	财务会计 2	Financial Accounting 2	2	必修	32	12	考试			2					中文
	BDAA611	智能成本核算与管理	Intelligent Cost Management	4	必修	64	32	考试				4				中文
	BDAA610	大数据技术在财务中的应	Application Basis of Big Data	4	必修	64	40	考查			4					中文
	BDA609	财务大数据分析	Big Data and Analytics for Accounting	4	必修	64	40	考试				4				中文
	BDAA607	智能财税	Intelligent Finance & Taxation	4	必修	64	40	考试					4			中文
	BDAA614	会计综合实训	Comprehensive Accounting Training	6	必修	96	60	考查						4		中文
	合计			26		416	240		0	2	6	8	8	0		
国际金融专业核心课	INF601	金融学基础	Principles of Finance	4	必修	64	20	考试			4					中文
	INF603	保险实务	Insurance Practices	4	必修	64	32	考试				4				中文
	INF604	个人理财	Personal Finance	4	必修	64	32	考试				4				中文
	INF605	国际金融	International Finance	4	必修	64	16	考试					4			中文
	INF610	证券投资实务	Securities Investment Practice	4	必修	64	32	考查					4			中文
	INF611	金融服务营销	Financial services marketing	2	必修	32	16	考查					2			中文
	BDAA610	大数据技术在财务中的应	Application Basis of Big Data	4	必修	64	40	考查			4					中文
	合计			26		416	188		0	0	8	8	10	0		
市场营销专业核心课	MKT601	消费者行为分析与实务	Consumer Behavior Analysis and	4	必修	64	20	考试			4					中文
	MKT608	品牌营销与推广实务	Brand Marketing & Promotion Practices	4	必修	64	20	考查				4				中文
	MKT609	销售管理与沟通艺术	Sales Management and Communication	4	必修	64	32	考查					4			中文
	MKT610	服务营销与客户关系管理	Service Marketing & CRM Practices	4	必修	64	32	考试			4					中文
	ECM604	新媒体营销	New Media Marketing	4	必修	64	20	考试					4			中文
	SOB602	市场营销学(引进)	Principles of Marketing	4	必修	64	20	考查		4						
	合计			24		384	144		0	4	8	4	8	0		
微专业课	MPC-BDAA-101SoDEM	Excel商业数据分析	Excel for Business Data Analysis	2	限选	32	20	考查			2					双语
	MPC-BDAA-102SoDEM	Python数据分析入门	Introduction to Python for Data Analysis	2	限选	32	20	考查				2				双语
	MPC-BDAA-103SoDEM	Power BI可视化分析	Power BI for Visual Analytics	2	限选	32	20	考查					2			双语
		合计			6		96	60		0	0	2	2	2	0	

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		考核 方式	学期课堂周课时						授课 语言		
						共计	实践		1	2	3	4	5	6			
专业拓展课 I	SLA901-1	剑桥雅思强化 I	Cambridge IELTS Intensive Training I	2	选修	32	0	考查			2					双语	
	SLA901-2	剑桥雅思强化 II	Cambridge IELTS Intensive Training II	2	选修	32	0	考查				2				双语	
	SLA901-3	剑桥雅思强化 III	Cambridge IELTS Intensive Training III	2	选修	32	0	考查					2			双语	
	BDA613	商业与公司战略	Business and Company Strategy	4	必修	64	48	考查						4		双语	
	MKT611	商业研究技巧	Business Research Skills	4	必修	64	32	考查						4		双语	
	BEM603	组织行为学	Organizational Behaviour	4	必修	64	20	考查					4			双语	
	合计			18		288	100		0	0	2	6	10	0			
	专业拓展课 II	SLA902-1	大学英语四级培训 I	CET-4 Training I	2	选修	32	0	考查			2					双语
		SLA902-2	大学英语四级培训 II	CET-4 Training II	2	选修	32	0	考查				2				双语
		SLA902-3	大学英语四级培训 III	CET-4 Training III	2	选修	32	0	考查					2			双语
COM634-2		高等数学 II	Higher Mathematics II	2	选修	32	0	考试		2						中文	
COM634-3		高等数学 III	Higher Mathematics III	2	选修	32	0	考试			2					中文	
COM635-2		大学语文 II	College Chinese II	2	选修	32	0	考试		2						中文	
SOB605		经济学基础 I	Principles of Economics 2	4	必修	64	0	考查				4				中文	
SOB606		管理学基础 I	Introduction to Management 2	4	必修	64	0	考查						4		中文	
SOB607		专业技能强化训练	Professional Skill Enhancement	1	必修	16	16	考查						1		中文	
合计				17		272	16		0	2	4	2	11	0			
专业拓展课 III	SLA907-1	职业英语 I	English for Career (Module 1)	2	选修	32	4	考查			2					双语	
	SLA907-2	职业英语 II	English for Career (Module 2)	2	选修	32	4	考查				2				双语	
	SLA907-3	职业英语 III	English for Career (Module 3)	2	选修	32	4	考查					2			双语	
	ECM604	新媒体营销	New Media Marketing	4	必修	64	20	考试						4		中文	
	ECM605	商务数据分析与应用	Business Statistical Analysis	4	必修	64	32	考试					4			中文	
	BEM607	数智企业经营沙盘	Smart Enterprise Management Sandbox	4	必修	64	40	考查				4				中文	
	BDA612	财务管理	Finance Management	4	必修	64	20	考查				4				中文	
	INF604	个人理财	Personal Finance	4	必修	64	20	考查						4		中文	
	INF607	私人财富管理	Private Wealth Management	2	选修	32	16	考试						2		中文	
	IE7605	跨境电商实务	Cross-Border E-Commerce	4	必修	64	32	考查						4		中文	
	ECM605	商务数据分析与应用	Business Statistical Analysis	4	必修	64	32	考试				4				中文	
	CF3204	新媒体营销	New Media Marketing	4	选修	64	32	考查		4						中文	
	CF9903	职通英语 I (基础)	Vocational English I (Fundamental)	2	选修	32	4	考试		2						双语	
	CF3305	税法基础	Fundamentals of Tax Law	2	选修	32	12	考查				2				中文	
	CF3304	客户服务与管理	Customer Service and Management	4	选修	64	32	考查				4				中文	
	CF3303	营销模拟软件操作	Stimulation Software for Marketing Operations	4	选修	64	32	考查					4			中文	
	CF3308	财务机器人应用	Intelligent Finance Applications	4	选修	64	42	考查					4			中文	
	合计			18		288	92		0	0	2	10	6	0			
单独设置的实践环节	公共课实践环节	COM604	思想政治理论实践	Practical of Ideological and Political Theory	1	必修	25	25	考查		1W					中文	
	专业课实践环节	SoDEMP02	五育融合实践教育	Practicing Five-Education Integration	1.5	必修	60	60	考查	1W	0.5W					中文	
	毕业实践周	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		1W						
	课外素质拓展实践环节	SOB608	专业综合实训	Professional Practice I	2	必修	50	50	考查			1W	1W			中文	
		SoDEMP01	顶岗实习(毕业设计)	Internship	24	必修	720	720	考查					6W	18W	中文	
	合计			30		871	871		1W	3W	1W	1W	6W	18W			
公共选修课			国际视野类	2	选修	32	0	考查								中文	
			科技思维类	2	选修	32	0	考查		2	2	2				中文	
			人文美育类	2	选修	32	0	考查								中文	
合计			6		96	0		0	2	2	2						
总计(大数据与会计)			139		2713	1609		21	26	21	23	16					
总计(工商企业管理)			137		2681	1521		21	28	23	19	18					
总计(市场营销)			137		2681	1537		21	28	23	19	18					
总计(国际金融)			137		2681	1553		21	24	23	23	18					

注: 1. 第3学期开始方向培养, 专业拓展课 II 课程标注★、引进课程标注▲、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. “第二课堂”16个学分不计入总学分

3. 专业课程学时、学分分配表（附件3）

大数据与会计专业课程学时、学分分配表												
课程设置及学时分配							每学期周课时					
							16周	16周	16周	16周	16周	18周
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	26	37	682	262	25.14%	12.5	13.5	5.25	1.25	0	0
职业素养课（专业基础课）	必修	6	17	264	84	9.73%	8	8	4	0	2	0
专业核心课	必修	7	26	416	240	15.33%	0	2	6	8	8	0
微专业课	必修	3	6	96	60	3.54%	0	0	2	2	2	0
分类培养课	必修	6	18	288	92	10.62%	0	0	2	10	6	0
单独设置的实践环节	限选	5	30	871	871	32.10%					6W	18W
公共选修课	必修	3	6	96	0	3.54%	0	2	2	2	0	0
总计		56	139	2713	1609	100.00%	20.5	25.5	21.25	23.25	16	0
其中实践学时占总学时比例							59.31%					
选修课学时占比例							17.69%					
引进课程学时占专业课学时比例							31.82%					

国际金融专业课程学时、学分分配表												
课程设置及学时分配							每学期周课时					
							16周	16周	16周	16周	16周	18周
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	26	37	682	262	25.42%	12.5	13.5	5.25	1.25	0	0
职业素养课（专业基础课）	必修	6	17	264	84	9.84%	8	8	4	0	2	0
专业核心课	必修	7	24	416	188	15.51%	0	0	8	8	10	0
微专业课	必修	3	6	96	60	3.58%	0	0	2	2	2	0
分类培养课	必修	6	18	258	88	9.62%	0	0	2	10	6	0
单独设置的实践环节	限选	5	30	871	871	32.46%					6W	18W
公共选修课	必修	3	6	96	0	3.58%	0	2	2	2	0	0
总计		56	137	2683	1553	100.00%	20.5	23.5	23.25	23.25	18	0
其中实践学时占总学时比例							57.88%					
选修课学时占比例							16.77%					
引进课程学时占专业课学时比例							31.82%					

工商企业管理专业课程学时、学分分配表												
课程设置及学时分配							每学期周课时					
							16周	16周	16周	16周	16周	18周
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	26	37	682	262	25.44%	12.5	13.5	5.25	1.25	0	0
职业素养课（专业基础课）	必修	6	17	264	84	9.85%	8	8	4	0	2	0
专业核心课	必修	6	24	384	140	14.32%	0	4	8	4	8	0
微专业课	必修	3	6	96	60	3.58%	0	0	2	2	2	0
分类培养课	必修	6	18	288	104	10.74%	0	0	2	10	6	0
单独设置的实践环节	限选	5	30	871	871	32.49%					6W	18W
公共选修课	必修	3	6	96	0	3.58%	0	2	2	2	0	0
总计		55	137	2681	1521	100.00%	20.5	27.5	23.25	19.25	18	0
其中实践学时占总学时比例							56.73%					
选修课学时占比例							17.90%					
引进课程学时占专业课学时比例							42.86%					

市场营销专业课程学时、学分分配表												
课程设置及学时分配							每学期周课时					
							16周	16周	16周	16周	16周	18周
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	26	37	682	262	25.44%	12.5	13.5	5.25	1.25	0	0
职业素养课（专业基础课）	必修	6	17	264	84	9.85%	8	8	4	0	2	0
专业核心课	必修	6	24	384	144	14.32%	0	4	8	4	8	0
微专业课	必修	3	6	96	60	3.58%	0	0	2	2	2	0
分类培养课	必修	6	18	288	116	10.74%	0	0	2	10	6	0
单独设置的实践环节	限选	5	30	871	871	32.49%					6W	18W
公共选修课	必修	3	6	96	0	3.58%	0	2	2	2	0	0
总计		55	137	2681	1537	100.00%	20.5	27.5	23.25	19.25	18	0
其中实践学时占总学时比例							57.33%					
选修课学时占比例							17.90%					
引进课程学时占专业课学时比例							33.33%					