

体现创新创业教育要求的课程标准

材料清单：

- 1、《企业管理》课程标准
- 2、《人力资源管理》课程标准
- 3、《市场营销》课程标准



廣東工贸職業技術學院
GUANGDONG COLLEGE OF INDUSTRY AND COMMERCE

工商管理學院商務管理專業

課程標準

《企业管理》课程标准

一、课程基本信息							
课程编码	04035	课程性质	必修课	课程类别	理论+实践	适用专业	商务管理
开设学期	第一学期	学时/学分	60/3	编制人	崔聿	审核人	倪春丽
				编制时间	2016年8月	审核时间	2016年9月
课程定位	《企业管理》课程定位于为工商管理类各专业课程的学习奠定扎实的理论基础，使学生在较短的时间里学习常规，掌握要领，围绕重点，扎实训练。根据大专学生就业、创业趋势，主要聚焦于中小微企业创办及管理所涉及的知识技能。帮助学生形成适应未来中小企业工作岗位需要的管理能力；全面熟悉自己经营管理小微企业的主要内容及主要方法，帮助学生形成职业发展能力。						
课程目标	1、知识目标 （1）初步了解企业管理的知识体系； （2）熟悉企业管理基础工作的主要内容； （3）熟悉科学合理的企业组织结构的标准； （4）熟悉企业供应、生产、销售三大环节管理的主要内容； （5）掌握企业计划、决策、激励、控制的基本方法。 2、能力目标 （1）在初步了解企业管理知识体系的基础上，有进一步学习企业管理知识的能力； （2）能初步分析与判断中小企业管理基础工作、组织结构、生产经营过程状况的能力； （3）能够发现、分析小微企业日常管理中存在的问题，并提出相应的解决方案； （4）具有创立小店、微店、网店的能力，掌握经营现场的主要管理方法。 3、态度目标 （1）明确任何社会一个人都必然处于某一管理系统之中，无论是管理者，还是被管理者，都必须接受管理规范的约束；						

	(2) 有针对性地培养学生的创新创业意识。		
	(3) 每一个人的职业提升和发展都要以具备一定的管理知识为基础。		
二、课程对应的岗位及能力要求			
岗位任务		能力要求	
小微企业综合运营		创业需要了解和熟悉企业设立和运作的程序和基本规律，对企业的人、财、物、供、产、销各个方面的工作有一个比较全面的认识，侧重经营管理能力和组织领导能力的培养。	
一般传统管理类岗位		创新创业能力、管理能力，组织领导能力，培训辅导能力，对应管理岗位的专业技能，自我学习提高能力，作为榜样和承担责任的能力。	
三、课程基本目标			
能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	1、掌握企业管理的主要内容与职能； 2、掌握企业经营决策制定的过程和方法； 3、掌握人力资源管理的基本概念、特征、内容； 4、掌握市场营销的内涵、观念变迁等内容； 5、了解生产管理的内容、生产过程组织、生产作业计划。掌握全面质量管理的方法和工具； 6、掌握采购计划编制、仓储管理流程、库存管理方法、配送流程等； 7、掌握财务管理的主要内容，财务分析指标； 8、掌握企业文化建设的程序，掌	1、会用管理知识分析、解释企业的管理活动； 2、会分析、解释企业经营战略管理的流程及各环节的重点； 3、会区分企业人力资源管理的主要模块和基础工作； 4、会根据企业的环境信息匹配市场营销战略； 5、会区分企业生产流程，会区分企业管理中质量管理的效能； 6、会初步分析企业物流战略，寻找利润空间； 7、会初步分析企业财务营运优劣；	1、明确任何社会一个人都必然处于某一管理系统之中，无论是管理者，还是被管理者，都必须接受管理规范的约束； 2、每一个人的职业提升和发展都要以具备一定的管理知识为基础。

	握企业形象设计及其途径，了解企业文化建设的原则，管理道德。 9、树立创新思想、优化管理方法、	8、会用企业文化的三个层面进行企业文化分析，会初步设计企业文化建设的流程。 9、具备创业或在工作中优化流程与方法的能力	
社会能力	1、管理岗位与本企业及社会各方面人文环境的关系处理； 2、管理岗位的协调性； 3、对人、财、物、供、产、销各环节工作的问题处理能力，管理理论的运用能力； 4、应用所学举一反三的创新能力。	1、具备与自己本职工作相关的专业知识，做到持续学习，以适应公司不断发展的需要； 2、具备对自己职责范围内的工作能迅速作出判断，果断采取行动的能力； 3、具备对工作中出现的各种问题作出准确的分析及采取新颖有效的解决方法的能力； 4、具有建设好自己的团队，协调与其实他部门的工作关系，提高工作效率的能力； 5、具备计划、组织、决策、领导的能力。	1、与人交流能力； 2、与人协作能力； 3、分析解决问题能力； 4、创新思维及创业能力； 5、企业家精神及社会责任意识。
方法能力	1、通过资料、网络、交谈等方式收集资料，通过头脑风暴法进行案例分析得出结论的方法； 2、能用定性分析与定量分析相结合的方法进行预测、决策工作； 3、能用个性与共性的角度判断问	1、由任务驱动培养学生积极主动的获取企业管理知识—管理理论不断更新、企业环境急剧演变、企业竞争不断加剧、知识更新成为必需；	1、培养学生积极主动的自学能力； 2、独立学习及获取新知识、新技能、新方法的能力； 3、利用信息化手段获

	题； 4、能理论与实践相结合学以致用； 5、能课内与课外相结合充分利用时间； 6、要寻找和把握概念之间、原理之间的逻辑关系来完整的理解它们 7、	2、计算机信息处理能力—管理手段现代化； 3、数学应用能力—运营决策、人力资源分析、市场分析、质量控制、库存管理等需高等数学能力；	取信息、 利用创新思维解决工作问题的能力。
--	--	--	------------------------------

四、教学内容及学时分配

内容说明	主要包括八个项目，分别为：初识企业管理、制定企业经营决策、实施人力资源管理、实施市场营销管理、实施生产管理和质量管理、实施物流管理、实施财务管理和塑造企业文化，涵盖企业管理工作的全部内容。以企业运营流程和企业管理实务开展为主线，按照工作过程系统化的思路，以企业管理实务开展为载体进行内容组织和训练，使学生能够全面了解现代企业管理的工作内容。			
教学内容	序号	知识模块	考核目标	学时分配
	1	初识企业管理	会用管理知识分析、解释企业的管理活动；会注册一家公司；会开立一家微店；会分析和解释企业管理的功能。	10
	2	实施战略与经营管理	会分析、解释企业经营战略管理的流程及各环节的重点	6
	3	实施人力资源管理	会区分企业人力资源管理的主要模块和基础工作，会分析和解释企业的人力资源管理工作。 利用新理念解决实际工作问题。	8
	4	实施市场营销管理	会进行初步的消费者购买行为分析，会根据企业的环境信息匹配市场营销战略。	8
	5	实施生产管理和质	会区分企业生产流程，会区分企业管理	6

		量管理	中质量管理的效能。			
	6	实施物流管理	会识别、降低生产物流消耗的主要途径,会基本应用准时采购方式及库存控制的方法。			8
	7	实施财务管理	会初步分析企业财务营运优劣。			8
	8	塑造企业文化	会用企业文化的三个层面进行企业文化分析,会初步设计企业文化建设的流程。			6
学习基础		1.前导课程：无 2.服务课程：人力资源管理，市场营销，生产管理，物流管理，财务管理等； 3.学生基础：具有一定的自学能力和社会生活常识；具有文字、语言表达的基本能力；具有初步的沟通和团队意识。				
考核评价	课前预习	课堂参与程度	团队活动参与程度	任务完成质量	期末考试	
	诊断性考核	过程性考核	过程性考核	过程性考核	笔试	
	5	5	5	15	70	
	课程教学效果评价方法： 1、教学的评价与考核应采取诊断评价、过程评价和目标评价相结合，理论考核与实践考核相结合，单项能力考核与综合素质评价相结合的多元评价形式。 2、以过程考核为主，着重考核学生掌握所学的基本技能，并能综合运用所学知识和技能分析、解决实际问题的能力。 3、应对每个学习情境（单元）有考核标准。 本课程的目的是拓展学生的知识面，增强发展潜力和就业竞争力。 4、诊断企业，分析并解决问题。					
五、教学设计及教学方法						
1、总体教学设计	企业管理是一门应用性很强的学科，同时也是创新创业教育体系中的重要内容，它直接指导企业管理的具体实践，促进企业管理水平的提高。根据此特点本门课程开发思路如下：					

计	1、采用的教学内容组织方式是“六个结合”即：理论与实践相结合、教学与调研相结合、课内与课外相结合、共性培养与个性发展相结合、动态训练与静态讲授相结合、定性分析与定量分析相结合。采用即讲、即问、即答的方式有效调动学生的学习积极性。 2、模块一是对企业管理的初步认识和对初创企业程序的认识，这一部分是创新创业基本知识培养环节；模块二是对企业战略与经营的基本认识，是企业家精神及风险意识培养环节；模块三至模块七是企业管理的各项职能分工模块，这部分教学设计是创新创业管理技能和创新精神的综合培养环节；模块八是对企业文化和社会责任的认识，是创新创业职业操守和职业品行以及社会责任的培养环节。 3、以学生为主体，教师为主导。在学习中结合各种具体教学方法的使用，培养学生自主学习和学会学习的能力。 4、采用多媒体方式模拟企业运作情况，引导学生发现问题、分析问题，解决问题。 5、根据学生学习能力分学习讨论小组，在案例分析，难题攻关等方面充分发挥集体力量的优势，团结互助，荣辱与共，培养学生的团队合作意识。		
2、项目/情景教学方法	序号	教学任务/情景实施	教学方法
	1	组建虚拟企业（小组）/建立一家微店（个人）	1. 任务驱动教学法；2. 案例分析法；3. 角色扮演法。
	2	沙盘游戏模拟企业经营	1. 任务驱动教学法；2. 小组讨论法。
	3	模拟企业招聘及应聘	1. 任务驱动教学法；2. 案例分析法；3. 角色扮演法。
	4	制定模拟企业专案营销计划	1. 任务驱动教学法；2. 小组讨论法。
	5	制定企业生产运作管理计划及全面质量管理计划	1. 任务驱动教学法；2. 小组讨论法；3. 案例分析法。
	6	制定企业采购物流管理计划	1. 任务驱动教学法；2. 小组讨论法；3. 案例分析法。
	7	制定企业筹资方案	1. 任务驱动教学法；2. 小组讨论法；3. 案例分析法。
	8	企业文化实际建设问题的辩论分析	1. 任务驱动教学法；2. 小组讨论法；3. 案例

			分析法。
教学条件	多媒体课室、教材、移动学习终端		
教学资源	教学课件、企业案例、网络课程、企业讲师		
教学建议	1、应将企业管理的课程特点与创新创业教育相融合。 2、现代企业管理的内容很多，授课内容应结合专业的特点，应遵循“理论联系实际”原则，把讲授的内容重点放在方法、原理的具体应用上，着重培养对实际问题的处理和应变能力。 3、在教学的形式上，应注重“管理知识”与“专业技术”的结合，根据条件增加实践环节，让学生走进企业或请企业人走进课堂。 4、采用翻转课堂，促使学生的自主学习和独立学习，培养创新精神。		

《人力资源管理》课程标准

一、课程基本信息

课程编码	04225	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课	适用专业	商务管理
开设学期	2	学时/学分	60/3	编制人	丘俏玲	审核人	倪春丽
				编制时间	2018.08.20	审核时间	2018.8

课程定位

《人力资源管理》是工商管理学院商务管理专业的一门专业核心课，该课程具有基础性、操作性和实践性的特点，是学习和掌握人力资源管理理论知识和实践活动所开设的入门课程。该课程框架的设计思路是在对人力资源管理职业形成初步认识后，根据组织的发展规划和经营目标展开人力资源规划与岗位分析的人力资源筹备工作，然后具体到人力资源岗位的各项具体职责：招聘、培训、员工关系管理、绩效管理、薪酬与福利等系列工作。该课程结合人力资源管理职业的活动过程构建学习情境，围绕着人力资源管理工作岗位的知识目标和能力目标展开教学和训练。”伴随着互联网+”时代给企业的人力资源管理带来了前所未有的机遇和挑战，高校毕业生规模不断扩大，学生面临严峻的就业形势，同时党的十九大报告明确提出“坚定创新驱动发展战略”、“激发和保护企业家精神”、“建设发展型、技能型、创新型劳动者大军”、“鼓励创业带动就业”、“促进高校毕业生多渠道就业创业”等，在这样的时代背景下，人力资源管理课程中强化学生的创新创业能力是提高毕业生就业水平的必然渠道。本课程目标是培养具有扎实的理论功底、较强的实践创新创业应用能力的人才。

课程目标

以培养学生的专业技能和实践创新创业能力为目标

知识目标：1、人力资源需求及供给预测方法和步骤、人力资源平衡的方法、组织结构的内容、设计步骤、岗位分析的程序、岗位说明书的内容及编写；2、招聘、选拔、面试的内容、程序及方法；招聘信息发布渠道的类型；3、培训计划的内容、培训需求分析的方法及培训成本的结构等内容；4、熟悉相关劳动法律法规及企业的规章制度；5、绩效考评的内容、方法和程序、绩效面谈的类型及绩效管理系统的设计；6、常见的薪酬制度、薪酬管理的程序等；7. 人力资源服务公司的调研、人力资源服务公司的创建、人力资源服务公司的业务知识、互联网+人力资源等内容。

能力目标：1、能够进行人力资源需求及供给预测以及进行人力资源平衡工作、设计组织架构图、制定岗位分析方案、选择岗位分析方法、实施岗位调查和编写岗位说明书；2、能够制定招聘计划、设计广告，对应聘者进行选拔、面试及录用工作及招聘评估；3、能够设计培训流程，进行培训需求分析，撰写需求分析报告，制定培训计划并组织实施；4、能够处理劳动关系，策划员工活动方案及员工档案的管理；5、能够制定绩效考评方案，组织绩效考评工作、实施绩效反馈面谈及设计绩效管理系统；6、能够设计薪酬方案，计算员工的薪酬并编制工资条和台账等。7、能实施对人力资源服务公司的调研，熟悉人力资源服务公司创立的流程，具有初步的人才招聘与测评、职业介绍、劳务派遣、劳务外包、人力资源租赁、人力资源培训、人才信息咨询、企业管理咨询等人力资源服务公司的业务技能、能使用最新的互联网网络和移动应用软件。

素质目标：1、培养学生自学能力、思维能力、组织能力、表达能力、沟通能力；2、培养学生勤于思考，认真做事的良好品质；3、培养学生良好的职业道德、团队合作意识、爱岗敬业、精益求精的工作作风；4、培养学生创新意识、实践创业能力。

二、课程对应的岗位及能力要求

岗位任务	能力要求
人力资源总监	人力资源供需预测与平衡、设计组织架构、制定岗位分析方案与程序

招聘专员	制定招聘计划、对应聘者进行筛选
培训专员	培训需求分析、制定培训计划与实施
劳动关系专员	劳动关系处理、策划员工活动方案、员工档案管理
绩效专员	制定绩效考评方案、组织绩效考评、实施绩效面谈
薪酬专员	设计薪酬方案、计算薪酬并编制工资条
人力资源服务顾问	人才招聘与测评、职业介绍、劳务派遣、劳务外包、人力资源租赁、人力资源培训、人才信息咨询、企业管理咨询等业务能力

三、课程基本目标

能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	1、人力资源规划与岗位分析 2、招聘与录用 3、培训与员工职业生涯管理 4、员工关系管理 5、绩效管理 6、薪酬管理 7、人力资源服务	1、能进行人力资源供需平衡与实施岗位分析 2、能制定招聘流程 3、能对培训需求进行分析与实施 4、能运用相关劳动法律法规 5、能实施绩效考评与反馈 6、能设计薪酬方案并编制工资条 7、能提供人力资源相关服务	1、大局观 2、个人信用 3、业务敏锐 4、绩效导向 5、创新思维 6、参与管理 7、强化实践
社会能力	1、沟通能力 2、团队合作意识 3、创新意识	1、公共关系的建立 2、遵守职业道德 3、强化人才服务技能	1、爱岗敬业 2、组织忠诚度 3、社会责任感
方法能力	1、运用计算机的能力 2、移动互联网应用能力 3、搜集信息的能力	1、办公软件与互联网应用能力 2、移动应用软件使用能力 3、数据获取、分析和运用的能力	1、兢兢业业 2、精益求精 3、创新创业
职业技能证书考核要求		学习完这门课程，为考取企业人力资源管理师奠定基础，学生如有意愿可考取人力资源与社会保障部开设的助理人力资源管理师（国家职业资格三级）。	

四、教学内容及学时分配

内容说明	内容共分九个学习情境，分别是人力资源管理职业认知、人力资源规划和岗位分析、员工招聘与录用、员工关系管理、员工培训与职业生涯规划、员工绩效与激励、员工薪酬与福利、人力资源日常事务管理、人力资源服务公司创立及其业务。			
教学内容	序号	知识模块	考核目标	学时分配
	1	人力资源管理职业认知	理解	4
	2	人力资源规划与岗位分析	掌握	8
	3	员工招聘与录用	掌握	10
	4	员工关系管理	掌握	10

	5	员工培训与职业生涯规划		掌握	8
	6	员工绩效与激励		掌握	8
	7	员工薪酬与福利		掌握	8
	8	人力资源日常事务管理		理解	4
学习基础	1.前导课程：企业管理、组织行为学 2.服务课程：人力资源对抗实训 3.学生基础：具有现代企业管理和组织行为学基本知识基础，具有自学能力、计算机应用能力。				
考核评价	考评项 1	考评项 2			
	平时学习	笔试			
	30%	70%			
	课程教学效果评价方法：考核以平时学习（占 30%）和期末考试（70%）两方面综合评价：平时学习采用过程性评价、项目评价与理论与实践一体化评价相结合，关注评价的多元性，根据学生出勤、上课讨论表现、项目任务成果的撰写以及实践创业情况等予以综合衡量得出，以有利于培养学生的创新思维、激发学生的创造力甚至是创业；期末最终考核结果为学生是否重修的标准。				
五、教学设计及教学方法					
1、总体教学设计	本课程共安排学时 60 学时，是一门实践性、操作性比较强的课程。因此，授课中，重视理论传授，突出实践教学环节和创新创业。通过学习让学生掌握本学科实践操作的基本技术，提高应用能力。在教学中采用讲授法、案例法、情景模拟相结合的方法，着重在学生操作和应用能力的培养上。通过案例讨论和情景模拟，提高学生的动手能力和分析能力，培养团队合作意识。在教学中力求兼顾基础理论、方法技术与实际应用三个方面，注重通过系统的理论教学培养学生的专业素养。				
2、项目 / 情景教学方法	序号	教学任务/情景实施		教学方法	
	1	任务一：认识人力资源管理 任务二：认识人力资源管理的组织架构设计 任务三：认识人力资源管理者职业素质要求		现场教学：理论讲授、专题研讨、案例分析、网上学习	
	2	任务一：制定人力资源规划 任务二：编制人力资源预算 任务三：设计组织结构图 任务四：调查收集资料 任务五：编写岗位说明书		现场教学：理论讲授、案例分析、习题计算、管理文书撰写、绘制组织结构图、软件操作	
	3	任务一：制定招聘计划 任务二：招聘广告制作与发布 任务三：设计应聘申请表、面谈评价表 任务四：组织招聘 任务五：员工选拔与录用 任务六：招聘评估		现场教学：理论讲授、案例分析、角色扮演、管理游戏、模拟面谈、软件操作	
	4	任务一：劳动合同的订立		现场教学：理论讲授、案例分析、角色扮演、管	

		任务二：劳动合同管理 任务三：社会保险日常业务的办理 任务四：公积金办理 任务五：典型劳动争议的处理 任务六：劳动争议处理法律文书写作 任务七：管理沟通与满意度调查	理文书撰写、软件操作
	5	任务一：认识员工培训 任务二：培训需求分析与培训计划的制定 任务三：培训的组织实施 任务四：培训评估 任务五：员工职业生涯管理	现场教学：理论讲授、案例分析、角色扮演、管理文书撰写、软件操作
	6	任务一：制定员工激励方案 任务二：设计绩效考评方案 任务三：实施绩效管理	现场教学：理论讲授、案例分析、管理文书撰写、软件操作
	7	任务一：确定薪酬策略 任务二：岗位评价 任务三：薪酬调查 任务四：薪酬体系设计 任务五：薪酬调整 任务六：员工福利方案设计	现场教学：理论讲授、案例分析、习题计算、管理文书撰写、软件操作
	8	任务一：人事异动管理 任务二：考勤管理 任务三：统计报表管理 任务四：人事档案管理 任务五：企业管理制度建设	现场教学：理论讲授、案例分析、管理文书撰写
	9	任务一：人力资源服务公司的调研 任务二：人力资源服务公司的创立 任务三：人力资源服务公司的业务 任务四：互联网+人力资源服务	现场教学：社会调研、信息搜索、情境模拟、案例分析、项目实践、社会实践、参观见习、专业实训
教学条件		（1）教材使用：本课程根据学院要求采用高职高专规划教材，注重知识和应用技术的兼顾； （2）促进学生自主学习的扩充性资料使用：本课程建有精品课程教学网站，为学生提供了充足的网络课程教学资源。可以满足学生自主学习需要； （3）师资需求：主讲教师需具有人力资源管理相关工作经历，企业兼职教师为人力资源管理主管或经理，担任实践指导的教师，并进行实践经验的讲座。	

	(4) 实训条件：商务管理专业实训室、学校大学生创新创业孵化基地可以让学生实践创业计划、积累经营管理经验。 (5) 商务管理专业设有人力资源协会，设立宗旨是打造理论知识和实践的平台，创造、增加成员的实践机会，磨练成员的实操能力，实践创新创业的团队。协会的活动有企业人力资源师三级考证（人力资源从业资格证）培训，人力资源技能竞赛（踏瑞杯），职业生涯规划大赛，服务夏冬两季企业进校园招聘会、企业 HR 脚印访谈会、校企直通车职位竞聘平台（公众号）、人力资源讲座、人力资源服务公司业务及创立等。
教学资源	(1) 基本的多媒体网络课程资源； (2) 人力资源管理教学平台——踏瑞； (3) 有关企业人力资源管理师国家职业标准、专业图书与期刊等图书资源及丰富的专业网站资源； (4) 来自产学合作实习实训企业的真实案例和典型资源。 (5) 人力资源管理相关互联网和移动应用软件
教学建议	科技的进步对商业组织和员工产生了巨大的影响, 近年来互联网技术的迅猛发展深刻影响着组织人力资源管理的变革。从“互联网+”时代进入到“移动互联网+”的时代, 互联网技术渗透进了企业人力资源管理的各个环节中, 以下是移动互联网时代下人力资源管理各模块的热门移动应用程序: 招聘类 APP: 1、智联招聘是智联招聘网手机客户端, 主要面向大型公司和快速发展的中小企业, 提供一站式专业人力资源服务, 包括网络招聘、报纸招聘、校园招聘、猎头服务、招聘外包、企业培训以及人才测评等等, 并在中国首创了人力资源高端杂志《首席人才官》, 是拥有政府颁发的人才服务许可证和劳务派遣许可证的专业服务机构。 2、前程无忧是前程无忧网的手机客户端, 是国内第一个集多种媒介资源优势的专业人力资源服务机构。它集合了传统媒体、网络媒体及先进的信息技术, 加上一支经验丰富的专业顾问队伍, 提供包括招聘猎头、培训测评和人事外包在内的全方位专业人力资源服务, 现在全国 25 个城市设有服务机构。 3、拉钩是一个专业从事互联网行业的垂直招聘的 App, 在首页设计中有一个直播 LIVE 的功能, 在这个界面里既可以看到一些公司的高管分享的招聘干货, 也有 HR 直接在直播中说出公司需要那些类型的人才, 在直播中直接招人。 4、Boss 直聘最大的特点是直聊+直聘模式, 也就是通过求职者和招聘者的聊天代替了筛选简历、电话面试等多重环节, 双方实现双向秒选, 与未来的上级直接沟通, 如果双方都比较满意就可以实现马上入职。 5、上啥班是微视频直播招聘平台, 一款专注于服务业的视频招聘 APP。上啥班 APP 打破传统的文字招聘模式, 增加了企业端和求职端的小视频, 求职者的视频简历能让企业了解的更深刻, 而企业端的小视频可以看到企业的工作环境, 让求职者更放心。公司成立于 2016 年, 凭借其强大的企业短视频、视频简历、在线直聊、大数据精准匹配等功能, 上线短短数月就吸引了大量用户使用。 6、招才猫直聘是由 58 同城推出的商业直聘专用平台, 原 58 招聘商家版, 特色功能是在线邀约求职者, 10 秒快速发布、职位一键刷新。 7、猎聘网 APP 是为猎头顾问提供的免费高效招聘工具, 满足猎头顾问随时随地沟通经理人、查收简历和管理职位的工作需求。其特色是: 多、准: 海量高质量经理

人，精准匹配职位；一键推荐职位给经理人，一键刷新职位，随时随地寻访、运作职位。

培训类 APP:

1、**华为培训**为企业客户、合作伙伴、院校学生、ICT 从业人员量身定制的移动学习平台，提供随时随地、互动自主的个性化学习服务。它的特色为可以查找培训，专业的华为讲师面授培训，领先的 E-Learning 平台。

2、**超级企业+**是一款在线移动培训平台，服务于各大企业中的蓝领工人阶层，通过批量化培训让员工了解基本的职业技能、工作态度、相关法律与企业目标，通过有组织，有思想，有目的的大规模培训来提升工人的工作态度与个人素养，以适应新一轮的市场竞争。它的特色是通过任务体系刺激员工学习动力，学习好能获得奖学金，赚积分换低价好礼。

3、**培训夹**是一款企业人才培训管理应用，为各企业机构服务，为数百家中小企业提供人才培训计划，通过规范化的管理课程，为企业提供一批合适的工作人员，提高企业的行政效率。它的特色为：学院层级管理、私人定制的学习方案、信息化学习管理、学分管理、成果转化和众筹课程。

4、**山雀**是一个企业培训服务平台，在这里有着顶尖的专家，为广大用户提供高品质的企业培训管理课程，提供在线咨询服务，无论是技术、管理、资源方面的问题，都可以在这里找寻答案。它的特点是行业人脉、交换名片、找培训师、培训文档和四方汇活动。

5、**天马帮**是易观企业教育旗下以学习型企业家为核心，同时邀请商界精英共同组成的高端互动和学习交流的创新平台。天马帮 app 专为天马帮用户进行授课，国内首家 O2O 教学模式，让您随时学电商，游电商，玩电商；严格的会员制、实名制、邀请制、收费制、在全球范围内接纳会员。主要服务有总裁特训营、微信课堂、游学考察和互联网大会等。

绩效类 APP:

1、**阳光赛赛**是一款企业绩效管理软件，在员工考核方面有四大考核系统，包含目标结果考核、过程考核、项目进度考核、月度/季度综合考评系统。同时还设有精神激励与物质激励两大激励模块。赛赛的核心管理思想源于华为价值管理，通过大数据分析为管理者提供绩效考核数据依据，激励员工积极主动的完成任务，帮助管理者用数据衡量员工绩效的优秀与否，彻底解决企业干部员工价值评价难题。

2、**乾通嗖嗖**是基于乾通易才多年移动终端绩效管理经验，总结 10 大外勤集中行业、76 个移动岗位，全新推出的一款专注外勤岗位绩效提升的移动端工具。轻轻一点，化繁为简。创造公平竞争环境，凸显真实工作业绩。

3、**共同体 GTT** 企业全绩效管理系统，是一款以大数据驱动的绩效管理为主线的企业管理平台。它以中国中高层实战管理培训第一人方永飞教授的系统管理理念为基础框架，并吸引了最先进的管理思想所开发的一款产品。产品融合了全国各行各业 5000 多家领先企业的实战经验，深入快捷的为中国中小企业提供管理解决方案。全面打通组织架构、工作内容、职业成长、绩效考核、员工关系等管理职能，提供企业管理全流程系统化解决方案，真正实现企业组织绩效的全面提升，有效实现和支持企业进行“高效率”“高效能”“高效益”“高效果”的转变。

薪酬类 APP:

1、**企飞**为各行各业提供最权威最专业的 hr 人事管理服务，让企业员工在工作中不断提升效率，并享受到企业带来的各种福利及关怀。

2、**薪酬宝**是一家专注为企业以及个人提供五险一金、补充商业保险、税费规划、薪酬服务的网络平台，致力于让客户足不出户办理业务，随时随地跟进业务进度，实

现提升全民生活福利保障的品质。它服务的内容包括：个人社保、公积金、个人缴税；查询薪酬社保福状态，为企业提供五险一金以及个税管理服务，根据企业需求提供定制化保险方案和税费优化方案，最新政策解读等等。

互联网+时代下的人力资源管理变革参考资料：

- [1]徐汝婷, 蔡晓晶. “互联网+”时代的员工招聘[J]. 商, 2015(42):37-37.
- [2]李娟. “互联网+”背景下企业员工移动式培训探讨[A]. . 2016年新产经论坛论文集[C]. 中国智慧城市经济专家委员会, 2016:3.
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1556178608678530&wfr=spider&for=pc>
- [3]互联网+时代 企业培训新方略—西电捷通 HR 研究, 首席安全技术官 , 2017.04, http://www.sohu.com/a/134476917_446726
- [4]邵前锋, 如何通过互联网技术及信息化进行绩效管理, 2016 , http://www.360doc.com/content/16/0908/00/32470283_589199194.shtml
- [5]姚琼, 移动互联网时代下的新绩效管理——OKR 敏捷绩效管理, 2018, <http://www.yxt.com/training/abb04a0c-aa87-4ed9-891a-190abc788809>
- [6]安庆先生, 互联网思维下的薪酬管理思考, 2015 , <http://www.tophr.net/news/index.asp?id=17926>
- [7]移动互联网时代的薪酬趋势, 周晶, 2014 , <https://wenku.baidu.com/view/78acf352f78a6529647d53b5.html>

建议教学资源：

1. 教材：李旭穗 倪春丽，“21 世纪高职高专经管类系列规划教材”，华南理工大学出版社，2017 年

2. 参考书籍与期刊：

- [1]郑兰先, 高职高专规划教材《人力资源管理》，清华大学出版社，2012 年
- [2]《人力资源管理》陈天祥. 中山大学出版社，2010 年
- [3]《企业人力资源管理师》（三、四级）考证教材，中国就业培训技术指导中心，中国劳动社会保障出版社 2012
- [4]《中国人力资源开发》，中国人力资源开发研究会
- [5]《人才开发》，上海人才研究会
- [6]《人力资源开发与管理》中国人民大学书报资料中心

3. 网络学习资源：

(1)<http://int-wljx.gdgm.cn/skills/portal/portalView.do> (广东工贸职业技术学院网络教学系统中人力资源管理精品课程网页)；

(2) 国内有关 HR 网页——

中国人力资源管理在线 <http://www.sinohrm.com/>
中企人力资源管理网 <http://www.hrmc.com.cn> <http://www.chnhrm.com.cn/>
人力资源在线 <http://www.hrtocom.com>



廣東工贸職業技術學院
GUANGDONG COLLEGE OF INDUSTRY AND COMMERCE

工商管理学院商务管理专业

课程标准

《市场营销》课程标准

一、课程基本信息							
课程编码	04204	课程性质	必修课	课程类别	专业核心课	适用专业	商务管理
开设学期	2	学时/学分	60/3	编制人	何美贤	审核人	倪春丽
				编制时间	2018 年 7 月	审核时间	2018 年 8 月
课程定位	市场营销是商务管理专业的专业核心课程，通过该课程的学习，学生应能树立现代营销观念，掌握市场营销环境、消费者需求及竞争者分析，掌握营销调研与预测，掌握目标市场营销战略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略及市场营销管理等专业知识；并具备以下专业能力：能分析指定产品所面临的宏观环境、竞争状况和目标消费者的购买行为特征；具备在销售中引导消费者购买决策的能力；能制定让顾客满意的行动计划方案；能对竞争对手进行相关项目分析；能根据市场和产品情况选择相应目标市场；能确定合适的产品卖点或定位；能根据产品生命周期特点制定相应营销策略；能识别竞争对手产品的价格策略并为产品制定合适价格；能分析不同行业产品的渠道模式，并对指定产品设计合适的分销模式；利用创新理念设计有效的营业推广方案，能根据要求完成一套完整的市场营销活动方案制定。						
课程目标	本课程以培养应用型人才为目标，强调对学生识别、分析和解决营销问题的能力培养，通过系统学习市场营销的基本原理和方法，使学生能够树立正确的营销理念，具备分析市场营销环境和识别营销机会的能力，利用创新思维为企业进行新产品开发、生产、定价、分销、促销等市场营销活动，同时在互联网+和全球化时代下，能运用网络营销并进一步对社会化新媒体进行整合创新应用，提高企业的整体营销效率，扩大国内外市场，助力企业打造强势品牌，取得持续性竞争力。						
二、课程对应的岗位及能力要求							
岗位任务		能力要求					
市场与市场营销		运用市场体系要素、市场营销的涵义、市场营销经营哲学等核心概念和思想对营销活动进行较专业分析的能力					
市场调研与市场营销环境分析		针对某个项目采用合适调研方法进行调研，根据调研结果进行市场宏观微观环境分析，并用 SWOT 分析法分析企业的环境威胁与市场机会					
市场营销战略分析		在市场分析的基础上，对企业进行营销战略策划的能力					
产品策略		能运用产品整体概念分析产品营销的实际问题，正确运用产品组合策略、品牌策略和包装策略，并根据产品生命周期的特点制定相应营销策略					
价格策略		运用多种方法和技巧给产品定价的能力					
分销渠道策略		正确选择各类渠道，进行渠道策划的能力					

促销策略		各类促销工具正确选择和实施的能力	
市场营销策划		具备营销策划实践训练的能力、具备撰写营销策划书的能力	
三、课程基本目标			
能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	1. 市场与市场营销 2. 市场调研与市场营销环境分析 3. 市场营销战略分析 4. 产品策略 5. 价格策略 6. 分销渠道策略 7. 促销策略 8. 市场营销策划	1. 能够进行市场调研、宏微观环境分析及营销环境分析 2. 能进行市场营销战略的策划 3. 能对新产品开发及产品组合策略、品牌策略和包装策略进行创新应用，并根据产品生命周期不同阶段制定相应营销策略 4. 能够运用多种方法和技巧进行产品定价 5. 能正确选择各类渠道，进行渠道设计和管理 6. 在正确选择各类促销工具基础上，能组合运用社会化媒体进行网络营销策略的创新应用，实施整合营销传播 7. 具备营销策划实践训练的能力、具备撰写营销策划书的能力	1. 能够对企业所处的内外部环境进行分析，识别市场营销机会进行准确定位和市场营销规划，并能据此制订有效的市场营销组合策略，即具备分析处理问题、合理制定解决方案的职业素养。 2. 具备敏锐的市场洞察力，能够捕捉市场环境和顾客需求的动态变化。 3. 具备吃苦耐劳精神，以及大胆进取、勇于创新的精神。
社会能力	1. 具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力和信息获取能力； 2. 计划、判断和决策的能力； 3. 具有良好的心理素质和克服困难的能力	1. 具备良好的沟通能力 2. 具备良好的协调能力 3. 具备良好的组织能力 4. 具备良好的社交能力	1. 沟通素质的养成：初步建立客户沟通方式的概念，采用角色扮演的方式实施。 2. 团队合作素质的养成：建立团队合作完成工作任务（含技能任务和汇报任务） 3. 职业道德素质的养成：初步建立职业道德概念，通过讲座、案例的方式实施
方法能力	1. 搜集市场情报，进行市场调研和数据分析的能力	1. 熟练运用计算机和相关软件进行信息处理和加工的能力	1. 利用信息化手段获取并处理加工信

	2. 能熟练运用营销技巧进行产品和服务的营销 3. 根据实际状况，撰写策划方案的能力 4. 不断更新知识，学会运用批判性思维	2. 熟练掌握各种社交方法、工具和谈判沟通技巧 3. 能独立思考、大胆灵活地运用理论知识解决实际问题	息的能力。 2. 具备良好的体察客户情绪和个性的意识。 3. 敢于质疑，勇于创新的能力。	
职业技能证书考核要求		助理营销师 本课程内容与国家三级职业资格知识水平相当。		
四、教学内容及学时分配				
内容说明	以市场营销岗位的工作内容和特点为主线，将教学内容分为市场调研与市场营销环境分析、市场营销战略分析、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略和市场营销策划 8 个教学情境，结构简单清晰，逻辑性强，便于学生学习和理解。			
教学内容	序号	知识模块	考核目标	学时分配
	1	市场与市场营销	市场体系的要素、市场营销的涵义、市场营销经营哲学的基本内容	6
	2	市场调研与市场营销环境分析（SWOT 分析法）	市场调研的内容、方法和设计；市场营销宏观环境分析的内容；市场营销环境分析方法（SWOT 分析法）、	8
	3	市场营销战略分析	市场细分、目标市场选择和市场定位的方法策略（STP 分析工具）	8
	4	产品策略	产品的整体概念、产品品牌与包装、产品生命周期理论、新产品开发	8
	5	价格策略	影响营销定价的因素、营销定价的程序方法和策略	8
	6	分销渠道策略	分销渠道的基本概念、分销渠道的成员、渠道设计和管理的基本内容和方法	8
	7	整合促销策略	促销组合的基本内容及功能、网络营销传播与社会化媒体传播的组合创新	8
	8	市场营销策划	熟悉营销策划的特点和内容	6
学习基础	1. 前导课程：《企业管理》《管理学基础》《经济学基础》 2. 服务课程：《客户服务管理》、《连锁经营管理原理》、《连锁企业品类管理》、《连锁			

	企业门店运营与管理》、《门店布局与商品管理》、《国际贸易实务》、《商务策划与实施》、《电子商务》 等（或后续相关课程） 3. 学生基础：①完成前导课程学习，具备较好专业基础理论素养；②完成相关专项实训课程，具备一定的感性认识，对市场营销工作流程有一定了解。				
考核评价	考评项 1	考评项 2	考评项 3	考评项 4	考评项 5
	项目成果 1	项目成果 2	项目成果 3	项目成果 4	出勤及课堂表现
	20%	20%	20%	20%	20%
	课程教学效果评价方法： 以学生职业能力培养为核心，以工作过程导向设计课程，实现“教、学、做”一体化。课程教学效果评价采用“学生评课、督导评课、同行评课、校内外专家（专业指导委员会）评课”相结合制度，力求全面、真实反映教学效果。 说明：项目成果评价办法根据具体项目训练目的和要求而定，可以是案例写作、案例讨论等。				
五、教学设计及教学方法					
1、总体教学设计	课程开发与设计的具体思路是：首先，通过广泛和深入的市场调研了解清楚市场营销职业岗位（群）；其次，通过职位分析明确具体岗位所需职业能力以及承担相应职责需完成的工作；最后，基于职业能力和工作过程进行教学内容设计。 为较好实现教学目标，本课程采用以下教学方法： 1. 根据每个学习情境的学习目标和国家职业技能等级鉴定标准的要求，结合学生的学习特点和基础素质，考虑学院各方面的教学资源条件，设计教学项目，并采取与之相适应的教学方法和手段。 2. 综合应用多媒体课堂教学、案例教学、虚拟项目教学、现场教学、软件仿真、网络学习等教学手段，保证教学效果。 3. 根据各学习情境的特性，设计“全过程动态学习评价”的方式，教学过程注重创新理念的渗透与培养，综合、灵活使用“笔试成绩+项目成果+工作表现”的考评方式，对每个教学任务完成结果实施“实时性”考核。 4. 虚拟项目模拟仿真教学：导入虚拟项目，组建模拟公司，在虚拟环境中进行仿真教学，是体现本课程项目驱动，在工作过程中实现“教、学、做”一体化的重要手段。				
2、项目教学方法	序号	教学任务实施		教学方法	
	1	项目 1 市场与市场营销 任务一：市场营销的基本概念和特点 任务二：市场营销创新观念及其演变发展 任务三：市场营销新趋势		现场教学：原理讲授+案例分析+课堂讨论	
	2	项目 2 市场调研与市场营销环境分析(SWOT 分析法) 任务一：市场调研的内容、方法和设计 任务二：市场营销宏微观环境分析的内容；市场营销环境分析方法（SWOT 分析法）		现场教学：原理讲授+案例分析+课堂讨论	
	3	项目 3 市场营销战略分析		现场教学：原理讲授+案例分析+课	

	任务一：市场细分和目标市场选择 任务二：市场定位	堂设计
4	项目 4 产品策略 任务一：产品生命周期理论 任务二：产品不同生命周期阶段营销策略 任务三：新产品开发策略创新理念	现场教学：原理讲授+案例分析+角色扮演
5	项目 5 价格策略 任务一：营销定价的程序方法 任务二：营销定价的策略	现场教学：原理讲授+案例分析+角色扮演
6	项目 6 分销渠道策略 任务一：分销渠道的基本概念、分销渠道成员 任务二：渠道设计和管理的基本内容和方法	现场教学：原理讲授+案例分析+角色扮演
7	项目 7 促销策略 任务一：人员促销的特点和实施策略 任务二：广告促销策略的特点和实施策略 任务三：网络营销及社会化媒体传播组合创新	现场教学：原理讲授+案例分析+课堂讨论
8	项目 8 市场营销策划 任务一：营销策划的特点和内容 任务二：营销策划的基本程序 任务三：营销策划书的设计和撰写	现场教学：原理讲授+案例分析+课堂讨论
教学条件	1. 理论性教学环境 教室均配置有多媒体教学设备，同时拥有丰富的图书馆藏书可供师生借阅。 此外，学院设有专门的 ERP 实训室，其中的金蝶 CRM 教学模块分设 E-marketing、E-sales 和 E-service 三个子模块，为学生提供了一个仿真度极高的教学环境。2010 年建成的营销综合实训室包括营销认知、推销技能、营销策划、销售管理和终端营销五大功能区，整个空间的可组合布置极大方便了案例讨论、情景模拟、小组讨论等教学方法和手段的使用。 2. 实践性教学环境 《市场营销》是一门应用性和实践性很强的课程，我们一贯重视学生的社会实践。为了保证课程实践性教学的需要，我专业积极开展校企合作，针对营销技能训练，与不同的企业建立起了不同的校企合作模式。	
教学资源	（一）基本资源 1. 课程信息资源（包括课程简介、课程标准、授课计划、教案、考核方案、教材与参考书、实训指导书、实训报告模板、试题库等） 2. 推荐书目 3. 认知学习资源库 4. 市场岗位资源库 5. 销售岗位资源库 6. 客服岗位资源库	

	(二) 拓展资源 拓展资源部分主要通过素材库、培训包、工种包、企业案例等让学生掌握营销基本理念、技术和方法。
教学建议	(一) 教学建议 1. 课程实施要突出实践性。 《市场营销》是一门时间性很强的课程，学生学习过程中必须理论结合实际，将所学的理论应用于企业市场营销的实际。 2. 应结合理论课程配合两周的实践课，其中一周进行营销模拟平台软件操作。 3. 把课堂教学与学生自主学习结合起来。 教师要为学生提供自主学习的机会以及充分表现和自我发展的空间，鼓励学生通过实践、讨论、合作、探究等方式，创造条件让学生探究并自主解决问题。 倡导“目标驱动型”的教学途径，培养学生课程的综合应用能力。 充分利用现代教育技术和手段，丰富教学内容。 (二) 评价建议 1. 开卷考试与闭卷考试相结合。 2. 理论考核与实践能力相结合。 3. 注重过程考核，平时考核与期末考核相结合。 4. 注意处理教学与评价的关系，体现学生在评价中的主体地位。 (三) 教学资源 1. 教学队伍 (1) 为了使从事物流学概论教学的教师能够适应教学要求，总体上要求 80% 的教师具有研究生学历，其所在专业为企业管理、市场营销等相关专业。 (2) 学校相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方式提供更多的机会，保证教师有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。 2. 教学设备和实习实训条件 为培养学生动手操作能力、独立分析问题和解决问题能力、基本创新能力和团队合作精神，应保证一定的校内教学设备和校外实习实训、条件；建议校内配有市场营销模拟演练平台，满足校内实训要求，同时建议建立校外实习实训基地。 3. 课程资源的开放与利用 在教学中，除合理有效地使用教科书，还应积极利用其他课程资源，特别是多媒体光盘资料、各种形式的网络和视频资源、报刊杂志等。