酒店管理与数字化运营专业群
2023 级连锁经营与管理专业
（碧优选店长方向）

人才培养方案

连锁经营与管理专业教学部

2023 年 6 月

目　录

一、专业名称及代码 1
二、入学要求 1
三、修业年限 1
四、职业面向 1
五、培养目标与培养规格 2
（一）培养目标 2
（二）培养规格 2
六、典型工作任务及职业能力分析 4
七、专业组群 12
（一）酒店管理与数字化运营专业群人才培养对应现代服务产业（链）.**错误！未定义书签。**
（二）专业群人才培养定位 ..... **错误！未定义书签。**
（三）群内专业的逻辑性 ..... **错误！未定义书签。**
八、课程设置及要求 13
（一）第一阶段（1-3 学期）课程设置及要求 14
（二）第二阶段（第 4-5 学期）课程设置及要求 29
（三）第三阶段（6 学期）课程设置及要求 36
九、教学进程总体安排 37
（一）全学程教学周分配 37
（二）教学进程表 38
（三）学时比例 38
十、实施保障 39
（一）校企共育人才培养机制 39
（二）师资队伍 39
（三）教学设施 ..... **错误！未定义书签。**
（四）教学资源 ..... **错误！未定义书签。**
（五）教学方法 ..... **错误！未定义书签。**
（六）学习评价 ..... **错误！未定义书签。**
（七）质量管理 ..... **错误！未定义书签。**
十一、毕业要求 40
十二、附录 43

酒店管理与数字化运营专业群2023级
连锁经营与管理专业（碧优选店长方向）
人才培养方案

为深入贯彻党的二十大精神，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，根据《国家职业教育改革实施方案》《高等学校课程思政建设指导纲要》《深化新时代教育评价改革总体方案》《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》等文件要求，结合我校人才培养总体目标定位、“三段递进、校企共育”人才培养模式改革和实施“三段式”教学培养的需要，制定本专业人才培养方案。

一、专业名称及代码

专业名称：连锁经营与管理

专业方向：碧优选店长方向

专业代码：530602

二、入学要求

高中阶段毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限3年，最长不超过6年。

四、职业面向

专业大类（代码）	专业类（代码）	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别或技术领域	职业技能等级证书、行业企业标准和证书举例
财经商贸大类（63）	工商管理类（6306）	零售业（52） 居民服务业（79）	商品营业员、收银员、理货员、商品监督员、商品防损员、生活服务人员、采购员、企业经理	营运主管 门店店长 区域督导 拓展经理	数字营销技术应用（中级）（“1+X”证书）、互联网营销师国家职业技能认证

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，能践行社会主义核心价值观，身心健康，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化知识，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，掌握本专业知识和技术技能，具有较强的就业能力和可持续发展的能力，能够胜任本专业连锁门店运营管理（包括线下门店与线上网店）、巡店督导、连锁拓展、采购管理、数据分析等岗位职务工作的高素质基层管理型人才。

（二）培养规格

1.素质要求

（1）坚定拥护中国共产党领导和社会主义制度，深入学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的家国情怀和中华民族自豪感，坚定“四个自信”。

（2）具有深切的“爱心”、“责任心”，遵纪守法、诚实守信，尊重他人、心怀感恩，不非议、不抱怨，勇于担当；具有良好的职业道德、强烈的社会责任感和参与意识，“对人好，对社会好”。

（3）具有坚定的“信心”和“进取心”，有明确的理想信念和职业生涯规划，热爱劳动、节俭自律，心态平和，乐观向上，注意

养成良好的健身与卫生习惯，锤炼健全的人格，“会做人、会做事”。

（4）具有强烈的团队合作意识和“敬业心”，学会学习、聆听、观察、阅读、思考，爱岗敬业，勤奋努力，有较好的服务意识、质量意识、环保意识、安全意识、保密意识和工匠精神、创新思维。

（5）具有一定的中华优秀传统文化素养和一定的审美及人文素养。

2.知识要求

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；

（3）掌握连锁经营体系的基本构成知识和主要运营与推广的相关知识；

（4）掌握连锁门店营运管理工作内容、工作流程等相关知识；

（5）掌握市场分析与经营诊断及业绩提升的相关知识；

（6）掌握供应链管理尤其是商品采购的相关知识；

（7）掌握数字化时代连锁企业信息管理主要工作内容和方法；

（8）掌握连锁企业服务质量管理的常用方法和工具。

3.能力要求

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

（2）具有良好的语言文字表达能力和沟通能力；

（3）能够实施连锁门店标准化营运流程并进行管理，控制营运成本、商品或服务质量，完成营运目标，上报营运数据；

（4）能够进行连锁经营体系的推广,并根据总部规范对区域内门店运营进行监督指导;

（5）能够实施商圈调研了解商圈内的人口、购买力、购买倾向及竞争环境,并根据商圈特为门店运营提出合理化建议;

（6）能够进行经营现状诊断,并结合企业资源和经营目标提出系统性的业绩提升方案;

（7）能够有效收集、汇总、处理、分析、传输连锁经营业务数据和信息,并根据数据信息完成决策、考核等工作;

（8）能够结合经营业绩、商品特征、顾客习惯等因素进行门店的整体规划设计与视觉营销;

（9）能够制订连锁采购计划,控制采购成本,实施合同管理和供应商管理对采购绩效进行评价。

（10）具备商业信息技术与工具应用能力,能够配合企业进行线上线下全渠道运营和数字化改造。

六、典型工作任务及职业能力分析

根据本专业职业面向，运用问卷调查、座谈、电话访谈、网络咨询等方法，通过开展行业企业专家研讨，共总结提炼出16个典型工作任务、36个工作项目、18个职业能力点。典型工作任务(见下表)及职业能力分析如下。

典型工作任务一览表

目标岗位	典型工作任务	工作项目	职业能力	职业素养
连锁门店运营管理岗（零售门店/洗护门	1.连锁门店商品管理	1.1连锁门店商品选择	1.1.1商品调研评估与选择能力	1. 良好的沟通素养 2. 较强
		1.2连锁门店经营分析	1.2.1门店经营分析能力	

店）		1.3 连锁门店采购管理	1.3.1 门店采购管理能力	的计划和执行素养 3. 较强的责任岗与积极的工作态度 4. 热情、真诚、周到、贴心的服务意识 5.较好的团队合作精神
		1.4 连锁门店库存管理	1.4.1 门店库存管理能力	
	2.连锁门店营销策划	2.1 消费群体调研	2.1.1 消费者需求分析能力	
		2.2 连锁门店促销推广	2.2.1 促销推广能力	
	3.连锁门店质量安全管理	3.1 连锁门店商品质量监督管理	3.1.1 商品服务质量管理能力	
		3.2 连锁门店商品安全与危机管理	3.2.1 门店安全与危机管理能力	
	4.连锁门店经营数据管理	4.1 连锁门店运营系统操作管理	4.1.1 门店管理信息系统操作使用能力	
		4.2 连锁门店运营数据分析与预测	4.2.1 经营数据统计分析能力	
	5.连锁门店人员管理	5.1 连锁门店人员招聘与培训管理	5.1.1 人员招聘与培训管理能力	
		5.2 连锁门店团队建设与管理	5.2.1 团队建设与管理能力	
	6.连锁门店财务管理	6.1 连锁门店资产管理	6.1.1 门店资产管理能力	
		6.2 连锁门店资金管理	6.2.1 门店资金管理能力	
		6.3 连锁门店收银管理	6.3.1 门店收银管理能力	
	7.连锁门店客户服务	7.1 门店销售客户服务	7.1.1 销售客服管理能力	
		7.2 门店售后客户服务	7.2.1 售后客服管理能力	
	8.连锁零售门店法律法规	8.1 中小企业以及连锁零售行业法律法规	8.1.1 运用中小企业以及连锁零售行业法律法规能力	
新媒体运营管理岗	9.走进新媒体营销	9.1 认识新媒体及新媒体营销	9.1.1 认知新媒体及新媒体营销的概念	1.良好的沟通素养 2.较强的计划和执行素养 3.较强的责任岗与积极的工作态度 4.热情、真诚、周到、贴心的服务意识 5.较好的团队合作精神
		9.2 认识自媒体	9.2.1 认知自媒体的类别和运营方式	
		9.3 新媒体营销人员素养要求	9.3.1 掌握新媒体营销人员素养的要求	
	10.微信营销	10.1 了解微信及微信营销	10.1.1 认知微信及微信营销的内涵及运营方法	
		10.2 微信公众号营销	10.2.1 微信公众号营销方式	
			10.2.2 微信公众号营销推广	
		10.3 微信个人号营销	10.3.1 微信个人号营销方式	
			10.3.2 微信个人号营销推广	
	11.短视频营销	11.1 认识短视频及短视频营销	11.1.1 认识短视频制作	
			11.1.2 短视频营销方法	
		11.2 企业官方短视频营销	11.2.1 企业官方短视频制作	
			11.2.2 企业官方短视频运营	
		11.3 自媒体短视频营销	11.3.1 制作自媒体短视频	
			11.3.2 运营自媒体短视频	
	12.直播营销	12.1 认识直播及直播营销	12.1.1 认识直播及直播营销要义	
		12.2 直播策划与准备	12.2.1 直播策划设计	
			12.2.2 直播前的准备	
		12.3 直播营销实施	12.3.1 实施直播营销	

	13.微博营销	13.1 认识微博及微博营销	13.1.1 认识微博基本知识	
			13.1.2 运营微博营销	
		13.2 企业官方微博营销	13.2.1 认识企业官方微博	
			13.2.2 企业官方微博运营	
		13.3 自媒体微博营销	13.3.1 认知自媒体微博特点和种类	
			13.3.2 运营自媒体微博	
	14.今日头条营销	14.1 了解今日头条及头条号营销	14.1.1 认知今日头条及头条号营销形式与平台	
		14.2 头条号创建	14.2.1 创建头条号	
		14.3 头条号运营	14.3.1 运营头条号	
	15.社群营销	15.1 了解社群与社群营销	15.1.1 认知社群定义	
			15.1.2 认知社群营销方式	
		15.2 企业社群的策划与运营	15.2.1 策划企业社群	
			15.2.2 运营企业社群	
		15.3 自媒体社群的策划与运营	15.3.1 策划自媒体社群	
			15.3.2 运营自媒体社群	
	16.新媒体广告策划	16.1 了解新媒体广告	16.1.1 认知新媒体广告要以与特征	
		16.2 新媒体广告策划与创意	16.2.1 策划新媒体广告	
			16.2.2 新媒体广告创意	
		16.3 新媒体软广告策划	16.3.1 设计新媒体软广告	
			16.3.2 策划新媒体软广告	

连锁门店运营管理岗（零售门店/洗护门店）职业能力分析表

职业能力	理论知识	实践技能
1.1.1 商品调研评估与选择能力	1.1.1.1 商品市场调研方法 1.1.1.2 商品选择的标准与流程 1.1.1.3 商品销售与利润评估的指标 1.1.1.4 商品市场竞争的影响因素 1.1.1.5 商品供应商选择标准	1.1.1.1 能开展商品市场调研 1.1.1.2 能开展商品选择并进行周期性评估 1.1.1.3 能评估商品销售与利润指标 1.1.1.4 能评价商品市场竞争优劣势 1.1.1.5 能实施供应商评估及商户资质的检核与年度复查
1.2.1 门店经营分析能力	1.2.1.1 门店销售分析的主要指标与分析方法 1.2.1.2 产品价格和关联度分析方法 1.2.1.3 购物篮系数分析方法	1.2.1.1 能计算并统计分析产品销售指标数据 1.2.1.2 能分析产品价格和关联度 1.2.1.3 能分析购物篮系数
1.3.1 门店采购管理能力	1.3.1.1 产品采购合同执行及计划编制要求 1.3.1.2 特殊产品与临时订单产品操作流程 1.3.1.3 产品自动补货计算方法与流程	1.3.1.1 能制定产品采购计划，调整采购需求，并执行采购合同 1.3.1.2 能实施特殊产品与临时订单产品的订货 1.3.1.3 能设置自动补货参数

1.4.1 门店库存管理能力	1.4.1.1 库存数据的内容与统计分析方法 1.4.1.2 门店盘点报告的内容与编制要求	1.4.1.1 能统计与分析库存数据 1.4.1.2 能编制门店盘点报告
2.1.1 消费者需求分析能力	2.1.1.1 顾客需求与购买行为调查的内容和步骤 2.1.1.2 顾客需求与购买行为的分析方法	2.1.1.1 能实施顾客需求与购买行为调查 2.1.1.2 能分析顾客需求与购买行为
2.2.1 促销推广能力	2.2.1.1 促销计划与预算的编制方法 2.2.1.2 促销产品价格调整方法 2.2.1.3 广告促销策略的适用范围	2.2.1.1 能编制促销计划与预算 2.2.1.2 能制定促销价格与 2.2.1.3 能指定广告促销策略
3.1.1 商品服务质量管理能力	3.1.1.1 门店营运规范、标准与流程督查要点 3.1.1.2 门店产品与服务质量的督查标准 3.1.1.3 门店环境与企业形象标准督查要点	3.1.1.1 能督查与评估门店营运规范、标准和流程执行情况 3.1.1.2 能督查与评估门店产品和服务质量标准执行情况 3.1.1.3 能督查与评估门店环境和企业形象标准执行情况
3.2.1 门店安全与危机管理能力	3.3.1.1 门店公共安全与内部安全检查项目及要求 3.3.1.2 安全隐患的类别与处置方法 3.3.1.3 消防演练的流程与规范 3.3.1.4 冲突处理流程与方法	3.3.1.1 能督查门店公共安全与内部安全 3.3.1.2 能排除门店运营安全隐患 3.3.1.3 能实施消防演练 3.3.1.4 能处理零供纠纷等一般冲突
4.1.2 门店管理信息系统操作使用能	4.1.1.1 顾客数据分析方法 4.1.1.2 门店销售预测与库存信息化管理方法 4.1.1.3 销售管理系统操作与数据分析方法	4.1.1.1 能运用顾客系统获取消费群体分析数据并整理 4.1.1.2 能运用信息管理系统获取销售预测、库存预测、智能补货、物料库存数据并整理 4.1.1.3 能运用销售管理系统进行销售统计分析
4.2.1 经营数据统计分析能力	4.2.1.1 顾客营销系统操作与数据分析 4.2.1.2 数字媒体在营销活动中的应用方法	4.2.1.1 能运用顾客营销系统进行精准营销 4.2.1.2 能运用电子互动屏、人脸识别等应用软件获取数据
5.1.1 人员招聘与培训管理能力	5.1.1.1 招聘面试评估方法 5.1.1.2 培训实施的方法与注意事项	5.1.1.1 能科学有序开展人员招聘 5.1.1.2 能实施企业文化、职业生涯规划、健康与安全培训
5.2.1 团队建设与管理能力	5.2.1.1 绩效方案的制定方法 5.2.1.2 绩效谈话的内容、流程与方法 5.2.1.3 团队协作的方法与要求 5.2.1.4 团队建设方法与内容	5.2.1.1 能制定员工绩效考核方案 5.2.1.2 能有效开展绩效谈话 5.2.1.3 能实施团队协作 5.2.1.4 能组织团队建设活动
6.1.1 门店资产管理能力	6.1.1.1 资产购置与耗损统计方法 6.1.1.2 盘盈或盘亏原因及处理方法	6.1.1.1 能统计产品购进与损耗，并分析损耗原因 6.1.1.2 能分析存货盘盈或盘亏原因
6.2.1 门店资金管理能力	6.2.1.1 门店资金结算流程 6.2.1.2 应收账款台账的建立与催	6.2.1.1 能实施资金结算 6.2.1.2 能建立应收账款台账，并催收

	收原则	
6.3.1 门店收银管理能力	6.3.1.1 商品消磁、扫描 6.3.1.2 点钞、验钞 6.3.1.3 收银机正确使用及故障解决 6.3.1.4 收银机数据的收集整理 6.3.1.5 收银机数据的统计分析	6.3.1.1 能进行商品消磁、扫描 6.3.1.2 能熟练点钞、验钞、找零 6.3.1.3 能正确使用收银机及解决故障 6.3.1.4 收银机数据的收集整理 6.3.1.5 收银机数据的统计分析
7.1.1 销售客服管理能力	7.1.1.1 服务需求类别与识别方法 7.1.1.2 销售中投诉的处理流程	7.1.1.1 能识别服务需求 7.1.1.2 能处理销售中顾客投诉
7.2.1 售后客服管理能力	7.2.1.1 售后服务需求挖掘方法 7.2.1.2 售后顾客投诉的处理流程	7.2.1.1 能识别售后服务需求 8.1.1.2 能处理售后顾客投诉
8.1.1 运用中小企业以及连锁零售行业法律法规能力	8.1.1.1 劳动法 8.1.1.2 合同法 8.1.1.3 产品质量法 8.1.1.4 消费者权益保护法	8.1.1.1 能按劳动法进行合法经营管理 8.1.1.2 能按合同法进行合法经营管理 8.1.1.3 能按产品质量法进行合法经营管理 8.1.1.4 能按消费者权益保护法进行合法经营管理

（新媒体运营管理岗）职业能力分析表

职业能力	理论知识	实践技能
9.1.1 认知新媒体及新媒体营销的概念	9.1.1.1 新媒体概念与特征 9.1.1.2 新媒体营销定义与特点 9.1.1.3 新媒体营销策略	9.1.1.1 能认知新媒体概念与特征 9.1.1.2 能认知新媒体营销定义与特点 9.1.1.3 能认知新媒体营销策略
9.2.1 认知自媒体的类别和运营方式	9.2.1.1 自媒体概念与特征 9.2.1.2 自媒体营销定义与特点 9.2.1.3 自媒体营销策略	9.2.1.1 能认知自媒体概念与特征 9.2.1.2 能认知自媒体营销定义与特点 9.2.1.3 能认知自媒体营销策略
9.3.1 掌握新媒体营销人员素养的要求	9.3.1 文案撰写 9.3.2 审美视角 9.3.3 创新思维 9.3.4 学习惯性 9.3.5 分析需求	9.3.1 具备文案能力 9.3.2 具备审美能力 9.3.3 具备创新能力 9.3.4 具备学习能力 9.3.5 具备分析能力
10.1.1 认知微信及微信营销的技巧及运营方法	10.1.1.1 微信营销的特点 10.1.1.2 微信营销的技巧 10.1.1.3 微信营销的运营方法	10.1.1.1 能认知微信营销的特点 10.1.1.2 能认知微信营销的技巧 10.1.1.3 能认知微信营销的运营方法
10.2.1 微信公众号营销方式	10.2.1.1 留言回复有礼 10.2.1.2 晒照有礼 10.2.1.3 红包抽奖	10.2.1.1 能实操留言回复有礼 10.2.1.2 能实操晒照有礼 10.2.1.3 能实操红包抽奖
10.2.2 微信公众号营销推广	10.2.2.1 以微带信 10.2.2.2 名人微信公众账号推荐 10.2.2.3 媒体资源推荐	10.2.2.1 能实操以微带信 10.2.2.2 能实操名人微信公众账号推荐 10.2.2.3 能实操媒体资源推荐
10.3.1 微信个人号营销方式	10.3.1.1 粉丝营销 10.3.1.2 长线营销 10.3.1.3 话题营销	10.3.1.1 能实操粉丝营销 10.3.1.2 能实操长线营销 10.3.1.3 能实操话题营销

	10.3.1.4 互动营销	10.3.1.4 能实操互动营销
10.3.2 微信个人号营销推广	10.3.2.1 以微博带微信 10.3.2.2 摇一摇活动 10.3.2.3QQ 等其他平台推广	10.3.2.1 能实操以微博带微信 10.3.2.2 能实操摇一摇活动 10.3.2.3 能实操 QQ 等其他平台推广
11.1.1 认识短视频制作	11.1.1.1 确定视频选题 11.1.1.2 脚本撰写 11.1.1.3 视频拍摄 11.1.1.4 后期制作 11.1.1.5 上线投放	11.1.1.1 能够确定视频选题 11.1.1.2 能够撰写脚本 11.1.1.3 能够拍摄视频 11.1.1.4 能够后期制作 11.1.1.5 能够上线投放
11.1.2 短视频营销方法	11.1.2.1 直接秀出产品 11.1.2.1 侧面呈现 11.1.2.1 引起用户好奇心和参与感 3.1.2.1 用视频做口碑营销	11.1.2.1 能够直接秀出产品 11.1.2.1 能够侧面呈现 11.1.2.1 能够引起用户好奇心和参与感 11.1.2.1 能够用视频做口碑营销
11.2.1 企业官方短视频制作	11.2.1.1 明确方向 11.2.1.2 软硬结合 11.2.1.3 形式新颖	11.2.1.1 能够认知企业方向 11.2.1.2 能够软硬结合 11.2.1.3 能够实现形式新颖
11.2.2 企业官方短视频运营	11.2.2.1 对标头部商家分析 11.2.2.2 产品研究 11.2.2.3 企业人设研究定位 11.2.2.4 短视频创意与脚本编写 11.2.2.5 短视频后期制作	11.2.2.1 能够对标头部商家分析 11.2.2.2 具备产品研究能力 11.2.2.3 具备企业人设研究定位能力 11.2.2.4 能够短视频创意与脚本编写 11.2.2.5 能够短视频后期制作
11.3.1 制作自媒体短视频	11.3.1.1 精准的定位 11.3.1.2 不要以盈利为目的 11.3.1.3 拍摄视频	11.3.1.1 能够进行精准定位 11.3.1.2 认知不要以盈利为目的 11.3.1.3 能够拍摄视频
11.3.2 运营自媒体短视频	11.3.2.1.明确自己的变现路径 11.3.2.2.做自己喜欢或者擅长的 11.3.2.3 找准自己对标账号，学习和模仿对方的文案套路和风格	11.3.2.1.能够明确自己的变现路径 11.3.2.2.能够认知做自己喜欢或者擅长的 11.3.2.3 能够找准自己对标账号，学习和模仿对方的文案套路和风格
12.1.1 认识直播及直播营销要义	12.1.1.1 认识直播 12.1.1.2 直播的营销价值 12.1.1.3 直播营销的行业解析 12.1.1.4 直播营销的行业痛点和发展趋	12.1.1.1 能够认识直播 12.1.1.2 能够认知直播的营销价值 12.1.1.3 能够解析直播营销的行业 12.1.1.4 能够分析直播营销的行业痛点和发展趋
12.2.1 直播策划设计	12.2.1.1 直播目标 12.2.1.2 直播方法 12.2.1.3 深挖痛点和需求 12.2.1.4 直播预热宣传 12.2.1.5 人员和财务配置	12.2.1.1 能够确定直播目标 12.2.1.2 能够确定直播方法 12.2.1.3 能够深挖痛点和需求 12.2.1.4 能够开展直播预热宣传 12.2.1.5 能够安排人员和财务配置
12.2.2 直播前的准备	12.2.2.1 才艺准备 12.2.2.2.妆容准备 12.2.2.3.设备准备 12.2.2.4.文案封面标题 12.2.2.5.短视频预热 12.2.2.6.话题清单和音乐清单	12.2.2.1 能够准备才艺 12.2.2.2.能够准备妆容 12.2.2.3.能够准备设备 12.2.2.4.能够设计文案封面标题 12.2.2.5.能够开展短视频预热 12.2.2.6.能够准备话题清单和音乐清单

12.3.1 实施直播营销	12.3.1.1 直播营销的开场技巧 12.3.1.2 直播营销的过程互动 12.3.1.3 直播营销的收尾促销	12.3.1.1 能够掌握直播营销开场技巧 12.3.1.2 能够掌握直播营销的过程互动 12.3.1.3 能够掌握直播营销的收尾促销
13.1.1 认识微博基本知识	13.1.1.1 微博的定义 13.1.1.2 传播方式 13.1.1.3 微博的特点 13.1.1.4 微博的主要功能	13.1.1.1 能够认知微博的定义 13.1.1.2 能够认知微博的传播方式 13.1.1.3 能够认知微博的微博的特点 13.3.1.4 能够认知微博的微博的主要功能
13.1.2 运营微博营销	13.1.2.1 内容建设 13.1.2.2 活动策划 13.1.2.3 客户管理 13.1.2.4 微博推广 13.1.2.5 商务合作 13.1.2.6 运营日志	13.1.2.1 能够开展微博内容建设 13.1.2.2 能够开展微博活动策划 13.1.2.3 能够开展微博客户管理 13.1.2.4 能够开展微博微博推广 13.1.2.5 能够开展微博商务合作 13.1.2.6 能够开展微博运营日志
13.2.1 认识企业官方微博	13.2.1.1 微博适用范围 13.2.1.2 微博管理规定 13.2.1.3 微博运营注意事项	13.2.1.1 能够认知微博适用范围 13.2.1.2 能够认知微博管理规定 13.2.1.3 能够认知微博运营注意事项
13.2.2 企业官方微博运营	13.2.2.1 微博账号搭建 13.2.2.2 微博命名规则 13.2.2.3 微博写作小技巧 13.2.2.4 提升微博影响力	13.2.2.1 能够搭建微博账号 13.2.2.2 能够进行微博命名 13.2.2.3 能够进行微博写作 13.2.2.4 具备提升微博影响力能力
13.3.1 认知自媒体微博特点和种类	13.3.1.1 自媒体微博特点 13.3.1.2 自媒体微博种类 13.3.1.3 自媒体微博优劣势比较	13.3.1.1 能够认知自媒体微博特点 13.3.1.2 能够认知自媒体微博种类 13.3.1.3 能够认知自媒体微博优劣势
13.3.2 运营自媒体微博	13.3.2.1 制定有效的策略 13.3.2.2 创建有吸引力的内容 13.3.2.3 定期发布 13.3.2.4 加强互动 13.3.2.5 优化推广	13.3.2.1 能够制定有效的策略 13.3.2.2 能够创建有吸引力的内容 13.3.2.3 能够定期发布 13.3.2.4 能够互动 13.3.2.5 能够优化推广
14.1.1 认知今日头条及头条号营销形式与平台	14.1.1.1 今日头条的内容范围 14.1.1.2 头条号营销概述	14.1.1.1 能够认知今日头条的内容范围 14.1.1.2 能够认知头条号营销概述
14.2.1 创建头条号	14.2.1.1 认识头条号 14.2.1.2 创建流程	14.2.1.1 能够认知头条号 14.2.1.2 能够创建流程
14.3.1 运营头条号	14.3.1.1 头条号策划 14.3.1.2 头条号内容推荐步骤	14.3.1.1 能够进行头条号策划 14.3.1.2 具备头条号内容推荐
15.1.1 认知社群内涵	15.1.1.1 社群的精准定义和本质 15.1.1.2 社群的发展进程	15.1.1.1 能够认知社群的精准定义和本质 15.1.1.2 能够认知社群的发展进程
15.1.2 认知社群营销方式	15.1.2.1 营销型社群 15.1.2.2 内容型社群 15.1.2.3 服务型社群	15.1.2.1 能够运营营销型社群 15.1.2.2 能够运营内容型社群 15.1.2.3 能够运营服务型社群
15.2.1 策划企业社群	15.2.1.1 明确建群目的 15.2.1.2 活动预热 15.2.1.3 活动提醒 15.2.1.4 物料筹备 15.2.1.5 活动执行 15.2.1.6 复盘总结	15.2.1.1 能够明确建群目的 15.2.1.2 能够预热活动 15.2.1.3 能够活动提醒 15.2.1.4 能够物料筹备 15.2.1.5 能够执行活动 15.2.1.6 能够复盘总结

15.2.2 运营企业社群	15.2.2.1 梳理公司业务流程定好方向 15.2.2.2 盘点公司现有用户 15.2.2.3 做好内容运营 15.2.2.4 做好话题设计 15.2.2.5 制定群管制度 15.2.2.6 做好用户期望管理 15.2.2.7 确定社群最佳状态标准 15.2.2.8 结成社群联盟	15.2.2.1 能够梳理公司业务流程定好方向 15.2.2.2 能够盘点公司现有用户 15.2.2.3 能够做好内容运营 15.2.2.4 能够做好话题设计 15.2.2.5 能够制定群管制度 15.2.2.6 能够做好用户期望管理 15.2.2.7 能够确定社群最佳状态标准 15.2.2.8 能够结成社群联盟
15.3.1 策划自媒体社群	15.3.1.1 社群选题 15.3.1.2 海报设计 15.3.1.3 推广渠道 15.3.1.4 小范围测试 15.3.1.5 排期推广 15.3.1.6 总结复盘	15.3.1.1 能够确定社群选题 15.3.1.2 能够设计海报 15.3.1.3 能够推广渠道 15.3.1.4 能够小范围测试 15.3.1.5 能够排期推广 15.3.1.6 能够总结复盘
15.3.2 运营自媒体社群	15.3.2.1 建账号或者建站 15.3.2.2 养账号 15.3.2.3 运营群 15.3.2.4 社群变现	15.3.2.1 能够建账号或者建站 15.3.2.2 能够养账号 15.3.2.3 能够运营社群 15.3.2.4 能够变现社群
16.1.1 认知新媒体广告业务领域与特征	16.1.1.1 新媒体广告的基本特征 16.1.1.2 新媒体广告表现形式及特点	16.1.1.1 能够认知新媒体广告基本特征 16.1.1.2 能够认知新媒体广告表现形式及特点
16.2.1 策划新媒体广告	16.2.1.1 广告目标与受众的策划 16.2.1.2 广告的媒体策划 16.2.1.3 广告的主题策划	8.2.1.1 能够认知广告目标与受众的策划 8.2.1.2 具备广告媒体策划的能力 8.2.1.3 具备广告主题的策划能力
16.2.2 新媒体广告创意	16.2.2.1 新媒体广告创意基本原则 16.2.2.2 新媒体广告创意特点 16.2.2.3 新媒体广告创意形成过程 16.2.2.4 新媒体广告创意表达策略	16.2.2.1 能够认知新媒体广告创意原则 16.2.2.2 能够认知新媒体广告创意特点 16.2.2.3 能够认知新媒体广告创意形成过程 16.2.2.4 能够认知新媒体广告创意表达策略
16.3.1 设计新媒体软广告	16.3.1.1 设计思路 16.3.1.2 设计特点 16.3.1.3 表现方法 16.3.1.4 创意方法 16.3.1.5 法律法规	16.3.1.1 能够掌握设计思路 16.3.1.2 能够掌握设计特点 16.3.1.3 能够掌握表现方法 16.3.1.4 能够掌握创意方法 16.3.1.5 能够掌握法律法规
16.3.2 策划新媒体软广告	16.3.2.1 了解软广告特点 16.3.2.2 软广告标题设计 16.3.2.3 植入品牌营销信息	16.3.2.1 能够了解软广告特点 16.3.2.2 能够开展软广告标题设计 16.3.2.3 能够植入品牌营销信息

七、专业组群

（一）酒店管理与数字化运营专业群人才培养对接现代服务产业（链）

酒店管理与数字化运营专业群以酒店管理与数字化运营专业为核心，整合现代物业管理、连锁经营与管理专业组建而成。专业群对应的智能化应用现代服务产业链包括旅游服务、家政服务、健康服务、商贸服务等，专业群将培养覆盖小区居民生活中的吃、住、用、管岗位链的基层管理人才，更好地服务粤港澳大湾区经济高质量发展。

（二）专业群人才培养定位

专业群实施“产教融合、校企共育”的人才培养模式，其人才培养定位为：聚焦智能化应用现代服务产业链中的现代酒店服务、机器人餐厅运作、高端物业管理、连锁门店经营等核心岗位基层管理人才需求。重点围绕智能化服务产业链中从吃、住、用、管等核心业务环节的核心岗位群，培养既能胜任接待服务、客户服务、门店销售等岗位群基层业务，同时又具备多岗位迁移、创新创造、团队领导能力的复合型的领班、主管、店长等基层管理人才。

（三）群内专业的逻辑性

群内三个专业按照“专业基础相通，技术领域相近，职业岗位相关，教学资源共享”的原则组建。酒店管理与数字化运营专业群开设了 7 门专业群平台共享课，6 个校内共享实训基地、4 个校外实践教学基地、17 名教师。

酒店管理与数字化运营专业是专业群的龙头，重点培养酒店前厅接待、客房销售、餐饮监督与单体机器人餐厅运营等基层管理人才。物业管理专业是专业群的特色专业，培养具有高档住宅、大型

商业、高端写字楼、综合产业园的专业基层管理人才，与酒店管理与数字化运营专业在现代服务的供应链关键点上实现深度协同发展。连锁经营管理是专业群的支撑专业，聚焦面向新商贸等现代服务业领域，培养具有新营销和新商业运营技能的基层管理人才，与物业管理专业在供应链的前端营销和商业运营服务环节实现广度协同发展。

专业群内专业及对接区域主要重点产业情况表

专业名称	专业代码	对接重点产业	备注
酒店管理与数字化运营	540106	旅游服务	牵头专业
现代物业管理	440703	生活性服务业	
连锁经营与管理	530602	生活性服务业	

八、课程设置及要求

按照遵循规律、体现培养特色的原则，结合本专业实施“三段递进，校企共育”和采用“三段式”教学组织方式，培养理想信念坚定，身心健康，具有良好的人文素养、职业道德和创新意识的基层一线技术骨干（或管理干部）的要求，构建“三段式”课程体系：

第一阶段（第 1-3 学期）的公共基础课和专业技术平台课，围绕培养学生坚定的理想信念，良好的人文、职业素养和专业基础能力目标，设置公共基础课程和专业技术平台课课程模块。专业技术平台课程模块体现精准对接岗位需求特色，依据岗位需求整合传统课程，精选课程内容。

第二阶段（第 4-5 学期）的岗位知识深化学习和技能强化训练课程，围绕提升学生完成分流岗位典型工作任务的专业实践能力，

构建以典型工作任务为载体的岗位专业知识应用深化学习和技能强化训练项目，体现聚焦学生分流岗位专业实践能力，突出专业知识应用与实践，采用工学交替的教学模式，实践中及时收集并集中解决学生岗位职务工作中共性问题，培养学生职业能力与职业精神的特色。

第三阶段（第 6 学期）的专业岗位职务能力企业实践教学培养课程，围绕提升学生专业岗位职务能力，实现本专业培养基层一线技术骨干（或管理干部）的目标，聚焦学生企业岗位职务（技术骨干或管理干部）工作标准，构建《专业岗位职务能力提升课程》；将对学生的创新思维和创新能力培养，落实到学生毕业设计之中。

本专业的核心课程包括“数字化营销”“连锁经营原理与实务”“连锁门店数字化营运与管理”“新媒体制作与运营”“网店运营与管理实务”“连锁企业供应链管理”等课程。

（一）第一阶段（1-3 学期）课程设置及要求

1.公共基础课

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	思想道德修养与法治	**素质目标：**树立正确的三观，明确理想信念，培养良好的职业道德和遵纪守法、拼搏进取意识，做“五心”新人。 **知识目标：**掌握思想、道德与法律的内涵、作用和意义，熟悉中国传统文化和碧桂园企业文化，懂得青年使命与担当。 **能力目标：**学会学习、聆听、观察、阅读、思考，分析了解自身存在的问题和不足，依托学院特色教学全面提升自己。	1.马克思主义理想信念及社会主义核心价值观； 2.优秀传统文化、民族精神、社会道德与职业道德。 3.法治的内涵、作用与意义。	1.课程性质：高校政治理论课必修核心课程； 2.学分学时：3 学分，54 学时； 3.教学方法：基于产教融合的 1235 思政课创新教学； 4.考核方式：平时成绩+期末论文。

2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	**素质目标：**坚定“四个自信”，锤炼“五心”新人，了解国情民情，树立强烈的社会责任感和爱岗敬业精神。 **知识目标：**掌握马克思主义中国化的历程和理论成果，了解党的路线、方针和政策和企事业发展背景、现状与前景。 **能力目标：**学会学习、聆听、观察、阅读、观察、思考，培养创新思维和努力习惯，敢于直面问题和分析解决问题。	1.马克思主义中国化发展历程； 2.马克思主义中国化列成果； 3.中国企事业单位发展的背景、历程与展望。	1.课程性质：高校政治理论课必修核心课程； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：基于产教融合的1235思政课创新教学； 4.考核方式：平时成绩+期末考试。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	**素质目标：**增强“四个意识”坚定“四个自信”，切实做到“两个维护”，成长为符合“六点希望”的新一代大学生。 **知识目标：**掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的产生背景、根源、主要内容及其重要历史地位和影响。 **能力目标：**用马克思主义特别是新时代的马克思主义——习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己，做新时代立志有为能担当的新青年。	1.习近平新时代中国特色社会主义思想的产生背景、根源。 2.习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容； 3.习近平新时代中国特色社会主义思想的重要历史地位和影响； 。	1.课程性质：高校政治理论课必修核心课程； 2.学分学时：3学分，54学时； 3.教学方法：基于产教融合的1235思政课创新教学； 4.考核方式：平时成绩+期末考试。
4	形式与政策	**素质目标：**关注时事热点问题，培养“与时俱进”意识，树立强烈的社会责任感与使命感。 **知识目标：**了解每年国家社会、经济、政治、文化、外交等大事；了解行业、职业的发展动态。 **能力目标：**跟踪时政，明辨是非，拓展视野，能把握机会和条件发展自己，发挥正能量，贡献企业和社会。	1.时事热点解读； 2.着重介绍经济、政治、外交、两岸关系及国际形势； 3.当代青年当前形势下的责任与使命。	1.课程性质：高校思想政治理论课必修课程； 2.学时学分：48学时，1学分。分6学期完成； 3.教学方法：基于产教融合的1235思政课创新教学； 4.考核方式：考查。
5	军体融合课	1.素质目标：锤炼学生顽强的意志品质、纪律意识和拼搏进取、团结协作意识，养成良好的体育运动与卫生习惯。 2.知识目标：学习基本的军事体育知识、常见的身体健	1.体育理论概述； 2.专项军体体育技战术； 3.健身、卫生基本理论与方法； 4.安全、防护基本知识与方法。	1.课程性质：公共必修课， 2.学时学分：6学分，108学时，4学期完成； 3.教学方法：讲授法，示范法，练习

		康知识以及一定的安全、防护与卫生知识。 3.能力目标：熟练掌握 1-3 项体育技能并运用于实际比赛，科学地进行体育锻炼，学会基本的防护与救援技能。		法、讨论法等； 4. 考核方式：考查。
6	军事技能课（军训）	**素质目标：**培养学生纪律意识、作风意识、团结精神和集体荣誉感，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。 **知识目标：**让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，以及国家安全形势。 **能力目标：**熟练掌握 5-7 项基本军事技能，学生基本身体素质得到锻炼提高，防护与救护技能得到学习巩固，国防观念得到增强。	1.队列 2.擒敌拳 3.战术基础动作 4.卫生与救护 5.旗语 6.匕首操、防暴棍 7.国防教育	1.课程性质：公共必修课， 2.学分学时：2 学分，14 天，112 学时。 3.教学方法：理论提示、讲解示范、组织练习，小结讲评，民主讨论等； 4. 考核方式：考评、考核。
7	军事理论	**素质目标：**培养学生严明的爱国意识、纪律意识和强烈的拼搏进取、团队协作意识，具备一定的军事理论素养。 **知识目标：**学习掌握一定的军事理论和常见军事知识，了解信息化战争，懂得学校准军事化管理的作用和意义。 **能力目标:**掌握基本队列技术要领，学习单人、班排战术。	1.常见军事思想与理论概述； 2.基本军事知识与军事技术；	1.课程性质：公共必修课程 2.学分学时：2 学分，36 学时； 3.教学方法：讲授法，示范法，练习法、讨论法等； 4.考核方式：考查
8	大学生心理健康	**素质目标：**树立心理健康发展的自主意识，正确认识自己、接纳自己，培养良好心态，探索积极健康人生； **知识目标：**了解心理学的有关理论，明确心理健康的标准及意义，掌握自我调适的基本知识； **能力目标：**掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能，锤炼健全人格。	1.大学生心理健康概述； 2.大学生心理自我探索； 3.大学生自我心理能力提升。 4.大学生健康人格养成。	1.课程性质：公共基础必修课 2.学分学时：2 学分，36 学时； 3.教学方法：案例分析法、情境教学法、小组讨论法、角色扮演法等； 4.考核方式：过程评价+终结评价。
9	马克思主义中国化进程与青年学生	**素质目标：** 坚定理想信念，树立正确的三观，提高“四个自信”，增强责任	1、马克思主义的创立、主要内容及其历史意义；	1.课程性质：高校思想政治理论课限选课程；

	使命担当	感、使命感。 **知识目标：**引导学生认识马克思主义产生的历史背景，主要内容、中国化进程和当代价值。 **能力目标：**帮助学生全面掌握历史唯物主义的世界观和方法论，自觉运用马克思主义中国化的思想与观点，积极解决时代问题。	2、马克思主义的中国化进程及其主要成果； 3、不同时期的马克思主义影响和青年使命担当。 4、当代青年马克思主义者的思想素养与行动指南。	2.学时学分：20学时，1学分； 3.教学方法：案例教学、小组研讨与社会考察； 4.考核方式：考查。
10	大学生职业发展与就业指导	**素质目标：**积极进取、德能导向的就业观念，团结协作，爱岗敬业的职业意识，“会做人、会做事”的职业品质； **知识目标：**熟悉行业企业对人才的需求，了解职业生涯规划的知识与方法，大学生就业政策以及面试的基本要求；以碧桂园为代表的企业文化与人才需求。 **能力目标：**能根据社会需求，依托学院三段式特色教学模式，结合学院人才培养要求和学生自身条件进行职业生涯规划，掌握求职面试技巧。	1.企业与行业的关系与特点； 2职业内涵与分类，职业现状与发展趋势； 3. 职业探索与职业准备。 4. 企业需求与企业文化。	1.课程性质：公共基础必修课 2.学分学时：2学分，36学时，分6学期完成； 3.教学方法：案例分析法、情境教学法、小组讨论法、角色扮演法等； 4.考核方式：考查
11	大学生创新创业	**素质目标：**拓展学生创新创业视野，培养创新创业意识，训练创新创业学思维，提高学生的社会责任感； **知识目标：**了解创新思维；明确创业的基本原理和方法；掌握基本商业模式，认识互联网经济发展趋势等； **能力目标：**具备主动创新意识，能够进行创业机会的识别和分析，能够进行相关专业领域的创新创业尝试。	1.创新思维与创新激发： 2.创业知识、创业素养的提升与创业机会的识别； 3.“互联网+”商业模式的设计与资源整合 4.创业基础与创业案例。	1.课程性质：公共基础必修课 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：案例分析法、情境教学法、小组讨论法、角色扮演法等； 4.考核方式：考查。
12	国家安全教育	**素质目标:**培养学生的国家安全意识，提高安全责任感，激发学生的爱国情怀； **知识目标:**了解国家安全的法律法规常识，逐步掌握必要的安全行为的知识和技能； **能力目标：**养成安全应变能力，预防安全事故发生、减少安全事故损害。	1.国家安全的内涵及意义； 2.国家安全形势及国家战略； 3.国家安全管理和国家安全法治等； 4.习近平总体国家安全观。	1.课程性质：公共必修课， 2.学时学时：1学分，18学时； 3.教学方法：讲授法，示范法，练习法、讨论法等； 4.考核方式：考查。

13	劳动教育	**素质目标：**能够自觉自愿、认真负责、安全规范、坚持不懈地参与劳动，形成诚实守信、吃苦耐劳的品质。珍惜劳动成果，养成良好的消费习惯，杜绝浪费。 **知识目标：**正确理解劳动是人类发展和社会进步的根本力量，认识劳动创造人、劳动创造价值、创造财富、创造美好生活的道理。懂劳动之义、明劳动之理。 **能力目标：**掌握基本的劳动技能，正确使用常见劳动工具，增强体力、智力和创造力，具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力。	1.树立正确的劳动观和择业观。 2. 秉承劳动精神、劳模精神、工匠精神。 3.劳动素养评价。 4.立足专业学习提升劳动能力。 5. 立足创新与创造提升劳动能力。 6.劳动与可持续发展。 7.人工智能与未来劳动	1.课程性质：公共必修课， 2.学时学时：1学分，18学时； 3.教学方法：讲授法，示范法，练习法、讨论法等； 4.考核方式：考查。

2.专业群平台课

序号	课程名称	对接典型工作任务及职业能力	课程目标	主要内容	教学要求
1	职业素养与客户沟通	沟通协调能力、社交软件沟通管理能力、服务礼仪应用能力、人际交往能力、团队协作能力、基层团队管理能力	1.素质目标：培养良好的职业道德和职业操守，具备良好的职业素养。 2.知识目标：掌握行业礼仪与客户沟通规范的基本理论和知识；了解岗位礼仪与客户沟通的操作规范。 3.能力目标：具备岗位礼仪实务接待和服务的基本技能以及与管理层、督导层和服务员有效沟通的能力；具备正确的审美能力、良好的语言表达能力、与人合作的能力。	职业礼仪概述、从业者的职业形象、从业者的礼貌语言艺术、从业者的日常交际礼仪、宴请礼仪、主要岗位接待礼仪；沟通的基本概念、倾听技巧、交谈的技巧、辩论的技巧、演讲的技巧、谈判技巧、团队沟通技巧、日常生活中的沟通、工作中的沟通、跨文化交流、现代沟通手段。	1.课程性质：专业群平台课（必修）； 2.学分学时：2.5学分，45学时； 3.教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论以及实训操练； 4.考核方式：考查。

2	管理基础	人际交往能力、团队协作能力、客户关系管理能力、基层团队管理能力、策划组织能力	1.素质目标：通过计划、组织、领导、控制等职能的实践教学，锻炼学生的团队合作能力、制定工作计划的方法能力、组织能力、领导能力、与人沟通的能力、获取新知识、新技能的学习能力；解决实际问题的工作能力。 2.知识目标：了解掌握管理系统的基础知识，包括管理概念、属性，管理思想演进过程，管理主体、管理对象与环境、管理机制与方法以及管理计划、组织、领导、控制四大职能等； 3.能力目标：能观察环境，分析界定问题并进行科学决策；能科学配置资源，制定计划；能分析组织结构与职权关系，制定组织规范； 能有效激励，调动被管理者的积极性；能进行有效控制；能组建团队使之有效工作。	管理与管理者、管理思想的演进、管理决策、计划工作、组织工作、领导工作、控制工作等。	1.课程性质：专业群平台(必修)； 2.学分学时：1.5学分，30学时； 3.教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论以及实训操练； 4.考核方式：考试。
3	客户服务基础	沟通协调能力、社交软件沟通管理能力、服务礼仪应用能力、人际交往能力、团队协作能力、应急突发事件处理能力、心理抗压能力	1.素质目标：树立以客户为中心的服务理念，养成良好的客户服务职业习惯，具备系统的客户服务工作思维。 2.知识目标：了解认识客户与客户服务的基础理论知识，掌握客户服务在沟通协调、关系维护、投诉处理、客户满意度提升等基本要求与技巧。 3.能力目标：熟悉客户服务的工作目标、	客户服务基本概念、客户服务礼仪、客户心理与目标客户分析、观察与接近客户、客户沟通与协调、客户投诉处理、客户关系维系、卓越客户关系服务、客户满意度与忠诚度提升	1.课程性质：专业群平台(必修)； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用理论讲授、课程示范、案例分析、分组讨论以及实训操练； 4.考核方式：考查。

			职责并能够熟悉了解物业客户关系管理的工作流程，熟悉提高客户满意度、忠诚度的主要措施，能熟练处理各类客户投诉事件等。	等。	
4	办公软件高级运用	档案管理能力、数据治理能力、计算机办公及软件应用能力、客户信息管理能力、人工智能与智慧服务应用能力	1.素质目标：培养学生认真负责的工作态度和严谨细致的工作作风及信息化处理工作的意识。 2.知识目标：熟悉文字处理软件 Word、Excel、PowerPoint 在管理工作中的应用，熟悉图形图像处理软件在管理工作中的应用。 3.能力目标：具有使用 Windows7 操作系统、Word/Excel/PowerPoint/Photoshop 软件的能力。	Word 2010 应用 Excel 2010 应用 PowerPoint 2010 应用 Photoshop 图像处理	1.课程性质：专业群平台课（必修）； 2.学分学时：2 学分，36 学时； 3.教学方法主要采用项目引导、任务驱动法； 4.考核方式：考查。
5	应用文写作	客户信息管理能力、社交软件沟通管理能力、公文写作能力、策划组织能力	1.素质目标：具有良好的职业素养，自信、热情、团结、诚信、吃苦耐劳等职业态度。 2.知识目标：理解常用应用公文种类；了解公文写作的材料搜集方法和写作规律；掌握各类公文体写作的基本格式、写作要求和方法技巧。 3.能力目标：能熟练地写好相关的常用公文。	行政公务文书写作、日常事务文书写作、公关文书写作、经济文书写作、会务文书写作、书信文书写作等。	1.课程性质：专业群平台课（必修）； 2.学分学时：2 学分，36 学时； 3.教学方法主要采用 任务驱动法、小组合作探究法； 4.考核方式：考试。
6	数字化营销	社交软件沟通管理能力、人际交往能力、团队协作能力、客户关系管理能力、客户大数据库治理能力、新媒体应用与推广能力、	1.素质目标：具有敬业创新的职业意识、市场营销意识及的团队合作精神。 2.知识目标：掌握产品特征、产品组成、市场分析及定位、产品营销方法等知识。	认知营销、市场分析及定位、市场调研、主要营销方法的应用。	1.课程性质：专业群平台课（必修）； 2.学分学时：2 学分，36 学时； 3.教学方法主要采用讲授

		社群营销能力、电子商务与数字化营销能力	3.能力目标：能够对行业市场进行分析及定位；能够匹配市场调研方法并实施调研活动；能够运用不同的产品营销方法。		法、案例教学、小组讨论法、问题导向法； 4.考核方式：考试。

3.专业技术平台课

序号	课程名称	对接典型工作任务及职业能力	课程目标	主要内容	教学要求
1	营销策划原理与实务	2.1.1 2.2.1	1. 素质目标：培养学生创新设计与市场洞察素养，科学严谨的研究精神，良好的团队合作品质。 2.知识目标：掌握营销策划概念、策划创意原则、市场进入策略、4P策略、策划书撰写要点等相关知识。 3.能力目标：能根据市场需求，合理设计企业营销活动，制定产品、价格、渠道、促销策略，具备营销策划书撰写与策划活动执行的能力。	营销策划导论、营销策划流程、营销策划创意、市场进入策划、产品策划、价格策划、市场布局策划、市场推广策划、品牌策划、网络营销策划、营销策划书的撰写	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2.5学分，45学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考试。
2	市场调查与大数据分析	2.1.1 4.1.1 4.2.1	1.素质目标：培养学生求真务实的数据调查精神，科学严谨的研究精神，良好的团队合作品质。 2.知识目标：掌握市场调查方案设计、市场调查方法、调查问卷设计、调查数据处理、数据分析与预测等相关知识。 3.能力目标：能根据连锁企业需求，科学合理地设计并开展市场调查，具备根据调查数据进行统计分析，指导连锁企业经营管理的能力。	市场调查概述、市场调查方案设计、市场调查的主要方法、调查问卷设计、抽样调查技术、文案调查技术、调查数据处理分析、预测分析等。	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：1.5学分，30学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考查。
3	连锁经营原理与实务	1.1.1 1.2.1	1.素养目标：帮助学生树立起自信心，认识到	认识连锁经营管理、连锁经	1.课程性质：专业技术平台

		1.3.1 1.4.1 3.1.1 3.2.1 4.1.1 4.2.1 1.1.1 5.2.1 6.1.1 6.2.1 6.3.1 7.1.1 7.2.1 8.1.1	连锁经营的广阔应用前景，激发创新精神和灵感，培养对本专业后续课程的兴趣。 2.认知目标：掌握连锁经营管理原理管理基础知识，连锁经营方式，连锁经营组织管理，熟悉连锁经营实际操作流程，能够运用连锁经营管理方法和策略，进行连锁经营战略实施和实际流程应用。 3.能力目标：能查阅资料、文献，培养个人自学能力和获取信息能力；能通过情境化的项目任务活动，掌握解决实际问题的能力；分析连锁经营门店作业，制定连锁经营战略，选择最优的连锁经营方法；能学习并使用连锁经营内涵原理及信息管理。	营主要业态、连锁门店开发、连锁门店设计、连锁企业采购管理、连锁企业配送管理、连锁企业商品策略、连锁企业价格策略、连锁企业促销策略、连锁企业人力资源管理、连锁企业财务管理、连锁企业信息管理	必修课； 2.学分学时：2.5学分，45学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考试。
4	连锁门店数字化营运与管理	1.1.1 1.2.1 2.2.1 3.1.1 3.2.1 4.1.1 4.2.1	1.素质目标:培养学生细心周到的服务素养及态度，认真负责的门店管理意识。 2.知识目标:掌握连锁门店每日、每周、每月、每季、每年的管理工作内容与管理要求等知识。 3.能力目标:具备正确开展连锁门店每日、每周、每月、每季、每年卖场运营与管理的能力。	连锁门店每日的商品采购与顾客咨询与投诉处理，每周的商品促销与商品防损防盗，每月的商品盘点与陈列布局、每季度的线上与线下运营、每年度的业绩盘点与工作总结与计划等。	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法主要采用讲授法、案例分析法、比较法、任务驱动法； 4.考核方式：考试。
5	新媒体制作与运营	9.1.1 9.2.1 9.3.1 10.1.1 10.2.1 10.2.2 10.3.1 10.3.2 11.1.1 11.1.2 11.2.1	1.素质目标：培养学生创新探索精神，实践探索性学习意识。 2.知识目标：掌握连锁门店数字媒体运营的规划设计、营销策划、平台开发与渠道推广等相关知识。 3.能力目标：能够规划设计并制作连锁门店的数字媒体营销平台，能	数字媒体运营的内容选择、数据分析、图文设计、内容优化、吸粉引流、社群构建，微信、微博、问答平台、百科平台、直播平台、视频平	1.课程性质：专业群限选拓展课； 2.学分学时：3学分，54学时； 3.教学方法：主要采用任务驱动法、小组合作探究法、实训操作法；

		11.2.2 11.3.1 11.3.2 12.1.1 12.2.1 12.2.2 12.3.1 13.1.1 13.1.2 13.2.1 13.2.2 13.3.1 13.3.2 14.1.1 14.2.1 14.3.1 15.1.1 15.1.2 15.2.1 15.2.2 15.3.1 15.3.2 16.1.1 16.2.1 16.2.2 16.3.1 16.3.2	够开发引流、开展多平台、全渠道数字媒体营销推广。	台、QQ、论坛平台等新媒体平台的制作与运营	4.考核方式：考试。
6	连锁企业财务管理	6.1.1 6.2.1 6.3.1	1.素质目标：培养学生诚实守信的财务职业素养，以及遵纪守法的财务管理工作态度。 2.知识目标：了解企业财务管理基础知识，掌握连锁门店资金管理、成本费用管理、收入分配管理、财务控制、财务分析等相关内容知识。 3.能力目标：熟悉连锁门店的资金、收入与成本管理的相关制度，能正确合理分析连锁门店的收支情况、控制成本，提高利润率。	财务管理基础知识、连锁企业资金管理、成本费用管理、收入分配管理、财务预算、财务控制、连锁企业财务分析等。	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法主要采用讲授法、案例分析法、小组讨论法； 4.考核方式：考试。
7	网店运营与管理实务	9.1.1 9.2.1 9.3.1 11.1.1 11.1.2	1.素质目标：培养学生具有良好的沟通素养与团队协作精神；培养学生具有提出问题、分析问题及解决问题的素	网店运营岗位认知、网店运营准备工作、网店视觉营	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：3学分，54学

		11.3.1 11.3.2 12.1.1 12.2.1 12.2.2 12.3.1 16.1.1 16.2.1 16.2.2 16.3.1 16.3.2	质；培养学生具有吃苦耐劳和良好的抗压心理素质。2.知识目标：掌握网络市场调研相关知识；掌握商品拍摄和图片处理相关知识；掌握网络销售与推广相关知识；掌握订单处理相关知识；掌握网络支付与结算相关知识；掌握物流配送知识；掌握客户服务与管理相关知识。3.能力目标：具备商业经营运作能力；获取新知识和技能的能力；培养学生善于总结与应用实践经验的能力；具备独立学习能力；具备决策能力。	销、网店运营活动策划及执行、网店运营推广、网店数据运营分析、网店客户服务、网店仓储与物流、微信营销、跨境电商店铺运营	时； 3.教学方法主要采用讲授法、案例分析法、小组讨论法； 4.考核方式：考试。
8	连锁品牌策划与推广	2.2.1 3.1.1 4.2.1	1.素质目标：培养创新创意精神，与时俱进的洞察力，良好的团队合作品质。 2.知识目标：掌握品牌传播方法、品牌定位策划、品牌形象设计、品牌延伸等相关知识。 3.能力目标：能根据企业需求，合理地设计品牌形象与传播，具备品牌价值提升与延伸设计能力。	品牌传播基础分析、品牌定位策划、品牌个性识别策划、品牌形象识别策划、品牌形象传播策略、品牌广告传播策略、品牌传播媒介策略、品牌延伸策略、品牌营销战略与管理等。	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考查。
9	商品及品类管理	1.1.1 1.2.1 1.4.1 3.1.1	1.素质目标：培养学生爱护商品的职业道德，自主探索的学习意识，以及良好的团队合作意识。 2.知识目标：掌握商品性质、商品质量、商品标准、商品分级、商品检验、商品编码、商品包装、商品养护相关知识。 3.能力目标：具备正确识别和分类商品的能力，具备检验商品质量和养护商品的能力。	商品成分、商品质量及基本要求、商品标准、商品分级、商品检验、商品鉴别、商品分类、商品编码、商品包装、商品养护等。	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、情景模拟法、任务驱动法、演示教学法； 4.考核方式：考查。

10	企业经营沙盘模拟实训	1.1.1 1.2.1 1.3.1 1.4.1 3.1.1 3.2.1 4.1.1 4.2.1 1.1.1 5.2.1 6.1.1 6.2.1 6.3.1 7.1.1 7.2.1 8.1.1	1. 素质目标：培养学生企业经营管理的全局观；培养学生的团队意识与合作精神；培养学生的风险与责任意识；全面提高学生的双赢理念、团队精神、诚信观念等综合素质。 2.知识目标：了解企业的真实运作流程；理解企业成功运营的关键因素；掌握战略决策、营销管理、财务管理、物流管理以及团队管理相关知识；掌握沙盘运营的规则及竞单规则。 3.技能目标：培养学生经营意识与规划能力；培养学生具体问题具体分析，灵活决策的能力；培养学生沟通协作能力；培养学生组织领导技能；培养紧张情境下的抗压能力；强化学生的管理知识，拓展其知识体系，提升经营管理技能。	认识沙盘、沙盘盘面、沙盘活动规则、模拟企业经营及实训起始年、模拟企业运作	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考查。
11	连锁企业供应链管理	1.3.1 1.4.1 4.1.2 4.2.1	1.素质目标：科学正确分析市场的基本素养；与人沟通基本素养；团队合作协同的素养；分析解决问题的素养；爱岗敬业的精神素养。 2.知识目标：掌握供应链设计与构建方法；掌握供应链合作伙伴选择，供应商管理方法；熟悉需求预测方法，并学会进行需求管理；掌握供应链管理环境下采购管理过程和方法掌握供应链管理环境下库存控制与管理方法；熟悉供应链管理环境下生产计划与控制基本思想；掌握供应链管理绩效评价指标体系等相关知识。 3.能力目标：能依据产	供应链结构认知、信息价值与牛鞭效应认知、供应鞋下的库存管理和风险分担认知、供应鞋下的采购和 生产管理认知、供应链下合作伙伴的选择和绩效评价 认知、商业型核心企业供应链下库存管理、销售管理、绩效评价等。	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法主要采用讲授法、情景模拟法、任务驱动法、讨论教学法； 4.考核方式：考试。

			品进行供应链战略匹配；能进行供应链的需求分析与预测；能够进行供应链下的合作伙伴选择与评价；能具备供应链下的库存风险管理与控制能力；能具备供应链下的采购管理与控制能力；具备供应链下的生产计划与控制能力；具备供应链下的绩效评价与优化能力等。		
12	零售数据分析与应用	1.2.1 4.1.2 4.2.1 6.1.1 6.1.2 6.3.1	1.素养目标:具备基本的职业道德和法律意识；具备熟练的计算机与网络应用能力；具备良好的沟通能力与团队意识；具备较强的竞争意识和创新意识；具备较强的自主学习能力。 2.知识目标：理解商务数据分析的意义、作用及一般流程；掌握商务数据分析的常用分析模型与分析方法；了解常用数据存储查询、数据可视化工具；掌握行业数据分析的内容、方法、工具与流程；掌握客户数据分析的内容、方法、工具与流程；掌握产品数据分析内容、方法、工具与流程；掌握运营数据分析内容、方法、工具与流程；理解商务数据分析报告的概念、类型、构成与撰写方法。 3.能力目标：能严格遵循业务规范，实施基本商务数据分析，支持企业数据化运营；能运用多种信息渠道和工具，有针对性地收集、存储、管理各类数据；能计划和实施行业数据采集与分析，支持企业战略目标制定与改进；能根据现有客户数据进行	数据分析、基本方法、数据分析、常用工具、行业数据分析、典型工作任务、客户数据分析、产品数据分析、运营数据分析、分析报告撰写	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法主要采用讲授法、案例分析法、任务驱动法、讨论教学法； 4.考核方式：考查。

			客户画像、客户细分和价值分析，开展精准营销；能据现有运营数据进行销售、推广、员工绩效分析，支持企业数据化运营；能根据企业需求，编写数据分析报告，并进行可视化展示。		
13	团队建设与管理	5.1.1 5.2.1	1 素质目标：培养学生良好团队合作精神与有效沟通协商职业素养。 2.知识目标：熟悉团队发展阶段及类型、团队精神、优秀团队品质等团队管理知识，掌握团队构建、团队培训、团队激励、团队沟通、团队领导、团队冲突等团队建设知识。 3.能力目标：能够有效开展团队构建与团队培训、激励、沟通、冲突解决等。	团队发展阶段及类型、团队精神、优秀团队品质、团队构建、团队培训、团队激励、团队沟通、团队领导、团队冲突	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用任务驱动法、小组训练法、讨论交流法； 4.考核方式：考查。
14	市场营销英语	2.1.1 3.1.1 5.1.1 5.2.1 7.1.1	1.素质目标：培养学生树立诚实守信、不断进取的工作作风；培养创新意识、竞争与合作意识。 2.知识目标：将商务英语基础词汇、相关商务知识及听说技能的培训置于真实地商务情境之中，使学生掌握商务英语听、说、读、写、译的基本内容，了解掌握商务知识和外贸知识。 3.能力目标：全方位培养学生的语言技能和商务技能，为其下一阶段的专业课学习打好基础，使其能够在商务情境下，熟练运用英语进行跨文化交际和沟通。	Team work（团队合作）、Brand power（品牌魅力）、Manufacture process（生产流程）、Product presentation（产品展示）、Company profile（公司介绍）、Business negotiation（商务谈判）、Entertain a client（招待客户）、Career development（职业规划）	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用案例教学法、任务驱动法、翻转课堂角色扮演法、小组讨论法； 4.考核方式：考查。

15	连锁经营法律法规	8.1.1	1.素质目标：培养学生树立遵纪守法的经营道德。培养学生遵章办事的职业态度与职业习惯。 2.知识目标：掌握公司法、劳动法、合同法、消费者权益保护法等法律知识，了解特许经营管理条例及备案管理办法、产品质量法、反不正当竞争法等法律知识。 3.能力目标：能按相关法律程序进行合法经营管理的能力。	公司法（连锁企业设立）、劳动法（连锁企业人力资源管理）、合同法（连锁企业市场交易）、特许经营管理条例及备案管理办法（连锁企业加盟）、产品质量法（连锁企业产品管理）、反不正当竞争法（连锁企业市场竞争）、消费者权益保护法（连锁企业服务对象）	1.课程性质：专业技术平台必修课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用案例教学法、任务驱动法、小组讨论法； 4.考核方式：考查。

4.专业群拓展课

序号	模块	课程名称	对接典型工作任务及职业能力	课程目标	主要内容	教学要求
1	模块一（酒店专业拓展课）	酒水调制与酒吧管理	20-02-01、 20-02-02、 20-02-03、 20-02-04、 20-02-05、 20-02-06、 20-02-07、 20-01-01、 20-01-02、 20-01-10、 21-01-01、 21-01-03、 21-01-08、 24-03-07	1.素质目标：具有认真负责、严谨细致的工作作风、分析问题解决问题的能力。 2.知识目标：掌握酒品与饮料的分类、常用饮料杯类别、酒水服务总原则及软饮料的基本知识；掌握葡萄酒和鸡尾酒的基本知识与服务操作技巧。 3.能力目标：具备调制几种常见鸡尾酒的能力，具备酒吧日常运营管理的能力。	酒水概论、鸡尾酒的起源和发展、鸡尾酒调制、咖啡煮制、酒吧成本、前台及后台管理。	1.课程性质：专业群限选拓展课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用任务驱动法、讲授法、理实一体、自主学习、合作探究法； 4.考核方式：考查。
2		茶艺与茶文化	21-01-01 、 21-01-02 、 21-01-03 、	1.素质目标：培养对茶艺的审美能力和人文艺术	茶艺基本操作、六大茶类的茶叶品质鉴	1.课程性质：专业群限选拓展课；

			21-01-04 、21-01-05 、21-01-06 、21-01-07 、21-01-08	修养，增强对茶艺和茶文化的认知素养，培养健康心理和乐观人生态度。 2.知识目标：使学生能够掌握几种代表性茶叶的特点、制作方法、保健功效、冲泡流程、茶艺表演、茶席设计的技巧。 3.能力目标：培养学生正确运用茶文化知识、茶叶品质初步鉴别、茶叶冲泡、茶艺表演、茶席设计创新能力。	别、六大茶类的茶叶冲泡、六大茶类的茶艺表演。	2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用任务驱动法、小组合作探究法、线上线下混合法； 4.考核方式：考查。
3	模块二（现代物业管理专业拓展课）	商业物业管理	2.1.2 2.1.4 3.2.2 3.2.3	1.素质目标：拓宽对现代物业管理业态的视野，以住宅物业为基础，形成大物业思维。 2.知识目标：了解熟悉写字楼、商业楼宇、公寓、酒店、购物中心、产城物业等商业物业业态基本知识。 3能力目标：分析住宅物业与商业物业管理与服务的区别，有一定商业物业管理与服务技能。	写字楼、商业楼宇、公寓、酒店、购物中心、产城物业等业态基本介绍；商业物业管理基本业务内容与流程（包括前期规划、入场接管、日常管理与服务、招租、运营、推广等）。	1.课程性质：专业群拓展课（限选）； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、案例分析法、小组讨论法等； 4.考核方式：考查。
4		人力资源管理	1.1.1 2.2.1 2.2.2 4.1.1	1.素质目标：培养学生具有较好的人力资源整合与管理综合素质，以及较强的学习能力、沟通能力、组织协调能力、综合分析能力和团队建设与合作能力。	人力资源管理理论、人力资源规划、工作分析、员工招聘与甄选、职业教育与员工培训、职业发展、绩效考核、薪酬管理、劳动关系	1.课程性质：专业群拓展课（限选）； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、案例分析法、小组讨论

				2.知识目标：掌握人力资源管理的基本理论和基本方法，熟悉人力资源管理的基本职能。 3.能力目标：能够运用人力资源管理的原理和方法，分析、处理和解决人力资源管理问题，从而提高团队的凝聚力、积极性和竞争力。	管理、企业文化建设等。	法等； 4.考核方式：考查。
5	模块三（连锁经营管理专业拓展课）	特许经营实务	1.1.1 1.2.1 1.3.1 1.4.1 3.1.1 3.2.1 4.1.1 4.2.1 1.1.1 5.2.1 6.1.1 6.2.1 6.3.1 7.1.1 7.2.1 8.1.1	1.素质目标：培养学生协作与团队精神；培养学生陌生环境的适应素质；自我学习与解决问题探索精神；人际关系协调与沟通的素养。 2.知识目标：掌握特许经营的内涵、特征及其行业分布；对特许经营制度进行客观评价；掌握加盟总部的考察、选择、访问及评估标准；加入加盟体系应注意的问题；掌握加盟者招募的条件、调查、评估及申请加盟的程序；掌握加盟总部及加盟店的经营管理内容和技巧；会写加盟契约、能从实务的角度阐明特许运作的实质及技巧。 3.能力目标：能撰写可行性分析报告和工作计划；能进行单店	特许经营规划、单店模式设计、加盟模式设计、总部管理系统设计、推广与加盟招募、督导体系运营管理	1.课程性质：专业群拓展课（限选）； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、案例分析法、小组讨论法等； 4.考核方式：考查。

				模式设计；能制定加盟模式；能进行总部组织结构设计；能设计并撰写加盟招募相关文件；能进行督导体系的设计与建立。		
6		广告设计与策划	2.1.1 2.2.1 16.1.1 16.2.1 16.2.2 16.3.1 16.3.2	1.素质目标：培养学生开拓思考的创新精神，敢于探索的实践精神，良好的团队合作品质。 2.知识目标：掌握现代的广告主题理念、分析广告决策因素、分析广告信息主体因素、分析广告目标受众的心理等相关知识。 3.能力目标：能根据企业需求确立广告主题、建立和运用广告创意理念、思考广告创意、表现广告创意、广告投放、测定广告效果等。	建立现代的广告主题理念、分析广告决策因素、分析广告信息主体因素、分析广告目标受众的心理、确立广告主题、建立和运用广告创意理念、思考广告创意、表现广告创意、广告投放策略、测定广告效果等。	1.课程性质：专业群拓展课（限选）； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、案例分析法、小组讨论法等； 4.考核方式：考查。

（二）第二阶段（第4-5学期）课程设置及要求

1.连锁门店运营管理岗位限选课

序号	课程名称	对接典型工作任务及职业能力	课程目标	主要内容	教学要求
1	连锁超市门店运营强化实训	1.1.1 1.2.1 2.1.1 2.2.1 7.1.1	1.素质目标：培养学生敏锐的市场洞察力以及与时俱进的客户服务精神，良好的团队合作品质。 2.知识目标：熟练掌握社群精准营销方法、社群成员维护及开发	超市门店商品订货与检验、商品布局陈列、商品销售、商品售后服务，主管助理有效沟通、督导管理、人员管理、业绩管理，客户服务精细化管理、售后服务	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱

			等知识。 3.能力目标：能根据市场需求，精准性开展社群营销策划与社群线下和线上营销活动，能够有效组建社群运营团队，精准实现社群变现。	管理、客户信息管理，连锁门店前台收银系统操作、人民币及发票验真、点钞操作、收银员礼仪、信息档案管理、商品包装实训等连锁门店综合管理能力提升实训。	动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考查。
2	连锁洗护门店运营强化实训	1.1.1 1.2.1 2.1.1 2.2.1 7.1.1	1.素质目标：培养学生敏锐的市场洞察力以及与时俱进的客户服务精神，良好的团队合作品质。 2.知识目标：熟练掌握社群精准营销方法、社群成员维护及开发等知识。 3.能力目标：能根据市场需求，精准性开展社群营销策划与社群线下和线上营销活动，能够有效组建社群运营团队，精准实现社群变现。	社群营销的方法、社群的有效构建、社群成员的粘性管理、活跃社群的运营方法、社群线下活动的策划与执行、优质运营团队的搭建、扩大社群规模的策略、社群的商业变现等。	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考查。
3	新媒体运营强化实训	9.1.1 9.2.1 9.3.1 10.1.1 10.2.1 10.2.2 10.3.1 10.3.2 11.1.1 11.1.2 11.2.1 11.2.2 11.3.1 11.3.2 12.1.1 12.2.1 12.2.2 12.3.1 13.1.1 13.1.2 13.2.1	1.素质目标：培养学生信息时代高层次高质量创新探索精神，实践探索性学习意识。 2.知识目标：掌握连锁门店高层次数字媒体运营的策划设计、实施开展、平台开发与渠道推广等相关知识。 3.能力目标：能够规划设计并制作连锁门店数字媒体高端营销平台，能够开发引	新媒体平台选择、产品文案策划强化训练、产品软文营销推广强化训练、产品短视频运营强化训练、产品直播营销强化训练	1.课程性质：专业群限选拓展课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用任务驱动法、小组合作探究法、实训操作法； 4.考核方式：考查。

		13.2.2 13.3.1 13.3.2 14.1.1 14.2.1 14.3.1 15.1.1 15.1.2 15.2.1 15.2.2 15.3.1 15.3.2 16.1.1 16.2.1 16.2.2 16.3.1 16.3.2	流、开展多平台高层次全渠道数字媒体营销推广。		
4	连锁门店岗位能力强化训练	1.1.1 1.2.1 1.3.1 1.4.1 2.2.1 3.1.1 3.2.1 4.2.1 6.1.1 6.2.1 6.3.1 7.1.1 7.2.1	1.素质目标：培养学生具备高层次的门店服务与基层管理意识，以及明确的门店管理岗位职业角色认知。 2.知识目标：掌握并熟练运用洗护门店商品销售、客服收银管理相关知识，以及主管岗位核心业务与操作管理流程知识。 3.能力目标：具有能够胜任优秀见习店长岗位的工作能力，部分更优秀学生具备通过企业考核，获得高薪就业机会或升职连锁门店店长岗位机会的能力。	不同社区连锁超市门店商品订货与检验、商品布局陈列、商品销售、商品售后服务，主管助理有效沟通、督导管理、人员管理、业绩管理，客户服务精细化管理、售后服务管理、客户信息管理，连锁门店前台收银系统操作、人民币及发票验真、点钞操作、收银员礼仪、信息档案管理、商品包装实训等连锁门店综合管理能力提升实训。	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：17学分，306学时； 3.教学方法：主要采用师傅带徒弟，跟岗、轮岗的基层管理岗位企业课堂实践学习方式； 4.考核方式：考查。
5	岗位实践共性问题解析	综合全部典型工作任务与职业能力要点	1.素质目标：能够让学生实现从理论到实践，从实践到理论的良性循环学习。 2.知识目标：及时解决岗位中存在的共性问题及困惑，强化学习课程重难点。	连锁门店商品退货与纠纷、服务投诉的产生与处理、连锁门店收益分析实践应用、社区消费者的需求分析、连锁门店部门主管岗位管理的共性问题分析。	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：3学分，48学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、案例讨论

			3.能力目标：通过解决“专业岗位职务能力”企业实践培养教学中出现的共性问题，进一步提升学生专业岗位职务能力。		法； 4.考核方式：考查。

2.新媒体运营管理岗位限选课

序号	课程名称	对接典型工作任务及职业能力	课程目标	主要内容	教学要求
1	连锁超市门店运营强化实训	1.1.1 1.2.1 2.1.1 2.2.1 7.1.1	1.素质目标：培养学生敏锐的市场洞察力以及与时俱进的客户服务精神，良好的团队合作品质。 2.知识目标：熟练掌握社群精准营销方法、社群成员维护及开发等知识。 3.能力目标：能根据市场需求，精准性开展社群营销策划与社群线下和线上营销活动，能够有效组建社群运营团队，精准实现社群变现。	超市门店商品订货与检验、商品布局陈列、商品销售、商品售后服务，主管助理有效沟通、督导管理、人员管理、业绩管理，客户服务精细化管理、售后服务管理、客户信息管理，连锁门店前台收银系统操作、人民币及发票验真、点钞操作、收银员礼仪、信息档案管理、商品包装实训等连锁门店综合管理能力提升实训。	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方式：考查。
2	连锁洗护门店运营强化实训	1.1.1 1.2.1 2.1.1 2.2.1 7.1.1	1.素质目标：培养学生敏锐的市场洞察力以及与时俱进的客户服务精神，良好的团队合作品质。 2.知识目标：熟练掌握社群精准营销方法、社群成员维护及开发等知识。 3.能力目标：能根据市场需求，精准性开展社群营销策划与社群	社群营销的方法、社群的有效构建、社群成员的粘性管理、活跃社群的运营方法、社群线下活动的策划与执行、优质运营团队的搭建、扩大社群规模的策略、社群的商业变现等。	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用翻转课堂、任务驱动法、小组合作讨论法、调研实训等方法； 4.考核方

			线下和线上营销活动，能够有效组建社群运营团队，精准实现社群变现。		式：考查。
3	新媒体运营强化实训	9.1.1 9.2.1 9.3.1 10.1.1 10.2.1 10.2.2 10.3.1 10.3.2 11.1.1 11.1.2 11.2.1 11.2.2 11.3.1 11.3.2 12.1.1 12.2.1 12.2.2 12.3.1 13.1.1 13.1.2 13.2.1 13.2.2 13.3.1 13.3.2 14.1.1 14.2.1 14.3.1 15.1.1 15.1.2 15.2.1 15.2.2 15.3.1 15.3.2 16.1.1 16.2.1 16.2.2 16.3.1 16.3.2	1.素质目标：培养学生信息时代高层次高质量创新探索精神，实践探索性学习意识。 2.知识目标：掌握连锁门店高层次数字媒体运营的策划设计、实施开展、平台开发与渠道推广等相关知识。 3.能力目标：能够规划设计并制作连锁门店数字媒体高端营销平台，能够开发引流、开展多平台高层次全渠道数字媒体营销推广。	新媒体平台选择、产品文案策划强化训练、产品软文营销推广强化训练、产品短视频运营强化训练、产品直播营销强化训练	1.课程性质：专业群限选拓展课； 2.学分学时：2学分，36学时； 3.教学方法：主要采用任务驱动法、小组合作探究法、实训操作法； 4.考核方式：考查。
4	连锁门店岗位能力强化训练	1.1.1 1.2.1 1.3.1 1.4.1 2.2.1 3.1.1	1.素质目标：培养学生具备高层次的门店服务与基层管理意识，以及明确的门店管理岗位职业角	不同社区连锁超市门店商品订货与检验、商品布局陈列、商品销售、商品售后服务，主管助理有	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：17学分，306学

		3.2.1 4.2.1 6.1.1 6.2.1 6.3.1 7.1.1 7.2.1	色认知。 2.知识目标：掌握并熟练运用洗护门店商品销售、客服收银管理相关知识，以及主管岗位核心业务与操作管理流程知识。 3.能力目标：具有能够胜任优秀见习店长岗位的工作能力，部分更优秀学生具备通过企业考核，获得高薪就业机会或升职连锁门店店长岗位机会的能力。	效沟通、督导管理、人员管理、业绩管理，客户服务精细化管理、售后服务管理、客户信息管理，连锁门店前台收银系统操作、人民币及发票验真、点钞操作、收银员礼仪、信息档案管理、商品包装实训等连锁门店综合管理能力提升实训。	时； 3.教学方法：主要采用师傅带徒弟，跟岗、轮岗的基层管理岗位企业课堂实践学习方式； 4.考核方式：考查。
5	岗位实践共性问题解析	综合全部典型工作任务与职业能力要点	1.素质目标：能够让学生实现从理论到实践，从实践到理论的良性循环学习。 2.知识目标：及时解决岗位中存在的共性问题及困惑，强化学习课程重难点。 3.能力目标：通过解决“专业岗位职务能力”企业实践培养教学中出现的共性问题，进一步提升学生专业岗位职务能力。	连锁门店商品退货与纠纷、服务投诉的产生与处理、连锁门店收益分析实践应用、社区消费者的需求分析、连锁门店部门主管岗位管理的共性问题分析。	1.课程性质：岗位限选课； 2.学分学时：3学分，48学时； 3.教学方法：主要采用讲授法、案例讨论法； 4.考核方式：考查。

（三）第三阶段（6学期）课程设置及要求

序号	课程名称	对接典型工作任务及职业能力	课程目标	主要内容	教学要求
1	岗位职务能力提升课(岗位实习)	综合全部典型工作任务与职业能力要点	1.素质目标：培养学生具备高层次的门店服务与基层管理意识，以及明确的门店基层管理岗位职业角色认知。 2.知识目标：掌握	连锁门店高效优化的商品管理、促销管理、售后服务管理、消费者沟通、门店员工与团队管	1.课程性质：企业实践教学培养必修课； 2.学分学时：16学分，288学

			并熟练运用连锁门店商品销售以及客服收银管理相关知识，以及商品销售、客服收银主管岗位核心业务与操作管理流程知识。 3.能力目标：具有能够胜任优秀店长岗位的工作能力，部分更优秀学生具备通过企业考核，获得高薪就业机会或升职连锁门店店长岗位机会的能力。	理、业绩提升管理等见习店长管理岗位实践内容的提升训练。	时； 3.教学方法：主要采用师傅带徒弟，跟岗、轮岗、定岗的基层管理岗位见习锻炼方式； 4.考核方式：考查。
2	毕业设计（论文）	综合全部典型工作任务与职业能力要点	1.素质目标：具有良好的职业素养、爱岗敬业、专业知识融汇贯通、分析和解决问题的素质。 2.知识目标：掌握连锁门店各主要岗位运营管理、连锁门店基层及中层管理、工作流程、职业发展等知识。 3.能力目标：具有在实践工作中发现、分析和解决问题的能力，把理论知识应用到实践工作中进行自我总结学习能力。	毕业设计选题、毕业设计任务书撰写、毕业设计报告撰写。	1.课程性质：企业实践教学培养必修课； 2.学分学时：4学分，72学时； 3.考核方法：针对学生撰写的毕业论文进行成绩评定，成绩评定由毕业论文指导教师、企业导师综合考评成绩组成。

九、教学进程总体安排

（一）全学程教学周分配

按学期/周数分配									
第一学年	第一学期（20周）				寒假	第二学期（20周）			暑假
	军训及入学教育	课程教学	考试	机动	5	课程教学	“自我发展”体验劳动教育周	考试	7
周数	2	16	1	1		18	1	1	

第二学年	第三学期（20 周）			寒假	第四学期（20 周）			暑假		
	课程教学	考试	机动	5	课程教学	考试	机动	7		
周数	18	1	1		18	1	1			
第三学年	第五学期（20 周）			寒假	第六学期（20 周）			暑假		
	岗位能力强化训练	岗位实践共性问题解析		春节	岗位职务能力提升课(岗位实习)		毕业设计	毕业教育与离校	7	
周数	16	4		1	3	13	4	4		

（二）教学进程表

见附件 1。

（三）学时比例

课程类别与性质		学时分配			课程类别总计	占总学时比例（%）
		总学时	理论学时	实践学时		
公共基础课	必修课	616	324	292	814	32.52%
	限选课	126	70	56		
	任选课	72	40	32		
专业（技能）课	专业群平台课（必修）	219	170	49	1689	67.48%
	专业技术平台课（必修）	588	338	250		
	专业群拓展课（限选）	72	46	26		
	专业岗位课（限选）	450	66	384		
	岗位职务能力提升课(岗位实习)	288	0	288		
	毕业设计	72	0	72		
学时合计		2503	1054	1449	——	
学时比例		100%	42.11%	57.89%		

十、实施保障

（一）校企共育人才培养机制

根据《加强“产教融合、校企共育”人才培养工作实施办法》（集团字〔2018〕255 号）文件精神，建立本专业与碧桂园生活服务集团股份有限公司、云山粤秀（广东）教育科技服务有限公司等企业之间的校企共同育人工作机制，包括签订战略合作框架协议，建立专业教学指导委员，校企共同制（修）订专业人才培养方案、岗位职务工作标准、课程标准和共同编写教材，建立企业兼职教师、岗位导师教学培训制度、企业实践教学培养教学管理和学生管理制度等，确保校企共同育人各项工作规范有序扎实推进。

（二）师资队伍

1.专任教师

学生数与本专业专任教师数比例不高于25:1，双师素质教师占专业教师比不低于60%。现有专任教师6人，其中高级职称1人，双师素质6人。

专任教师要求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；具有企业管理、市场营销、电子商务、跨境电商、物流管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的企业经营与管理、供应链管理、网店运营、品牌管理、市场营销等相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，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。

2.专业带头人

具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外连锁经营行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对连锁经营与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，多年深耕连锁经营与管理行业。能组织开展校企共育、专业建设、课程建设，创新创业辅导、社会服务等工作。

3.企业兼职教师

主要从碧桂园生活服务集团股份有限公司、云山岳秀新媒体教育服务公司等相关企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的连锁经营与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或中层及以上职务，能承担专业技能课程教学、企业实践教学培养、集中授课、岗位指导等教学任务。

（三）教学设施

1.专业教室基本条件

配备了黑（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，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训基地

本专业已经建成 1 个校内软件实训室，1 个电商直播实训室，1 个碧职学生实践超市，实训基地是集教学、实训、经营为一体的零售连锁门店店长或部门主管等管理人才培养基地，能够满足本专业实践教学、开展职业技能竞赛、开展学生创新创业训练、开展校企合作教学等需要。

3.企业实践教学基地

碧桂园生活服务集团股份有限公司社区连锁超市门店、连锁洗护门店、云山岳秀新媒体教育服务公司成为连锁经营与管理专业学生的企业实践教学基地。该实践教学基地能够提供社区直营连锁门店的部门主管助理、部门主管，社区加盟连锁门店的储备店长、店长等相关实践岗位以及线上网店运营管理实践岗位；能够配备相应数量的企业导师对学生实践学习进行指导和管理；有保证学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障等。

（四）教学资源

1.教材选用基本要求

优先选用国家高职高专“十三五”规划教材、国家职业教育指导委员会重点建设教材等优质教材，保证教材的先进性和科学性。本专业建立了由专业教师、行业专家共同参与的教材编写团队，目前已编写连锁门店运营实训指导教材、连锁门店电子商务运营实训指导教材。

2.图书文献配备基本要求

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。专业类图书文献主要包括连锁经营管理类、数字化营销、智能服务类、店长素养及能力提升等类别图书和文献。

3.数字资源配置基本要求

建设和配备了与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、录播室、数字教材等专业数字教学资源，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（五）教学方法

课程内容与岗位需求相对接，根据各岗位典型工作任务重组教学内容，根据每一个教学内容采用针对性最有效的教学方法，实现每次课多种教学方法相结合的灵活教学，主要采用的教学方法包括任务驱动法、小组讨论法、情景角色扮演法、案例分析法、线上线下混合法、学做一体法、小组训练法、讲授法。

（六）学习评价

秉承深入、全面、真实的评价学生学习情况的原则，采用过程评价和结果评价相结合的方法，过程评价重视对学生整个学期学习表现的考核，具体包括出勤、平时作业、课堂表现、校内实训表现、学习态度等多方面进行考核。结果评价摆脱传统笔试为主的测试方式，根据每门课的特色采用多样测试方式，具体包括技能现场测试、情景模拟测试、小论文、主题演讲、小组报告等。采用校内教师和企业导师相结合双元评价主体模式。

（七）质量管理

本专业在学院教学质量管理机制下，严格执行教学质量监控管理制度，已经形成了常态化、可持续的教学工作诊断与改进运作模式。定期开展课程教学质量诊断与改进活动，包括每学期初、中和末期教学资料核查、专业督导巡课、专任教师互听课、专任教师互评课、学生评课、开展示范课、核心课程研讨等，并且建立了与企业联动的实践教学环节监督制度，尤其是对企业集中授课教学质量的诊断和改进，受到了学院、企业和学生的一致好评。对生源情况、在校学生学业水平、毕业生就业情况进行分析，持续提供人才培养质量。

十一、毕业要求

学生在规定的修业年限内,达到专业培养规格，完成本专业人才培养方案规定的全部课程和教学环节的学习，修满 2503 个学时，取得 132.5 个专业学分，素质拓展学分经认定不低于 12，学校准予毕业并颁发毕业证书。鼓励学生在校期间获得数字营销技术应用（高级）“1+X”职业技能中级证书和互联网营销师职业资格证书。

十二、附录

1.专业教学进程表

广东碧桂园职业学院（ 酒店管理与数字化运营 专业群）2023 级 连锁经营与管理 专业教学进程表

专业方向：碧优选店长方向

人才培养阶段	课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	课程类型	总学分	总学时	学时分配		核心课程	考核方式	学期周学时安排					
								理论学时	实践学时			1	2	3	4	5	6
第一阶段 职业素养培养与专业岗位基础能力训练	公共基础课	必修	991110010	思想道德与法治	A	3	54	45	9*			3					
			991110033	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	2	36	32	4				2				
			991110030	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	3	54	48	6				2	1			
			991110011	形势与政策	A	1	48	48				每学期 8 学时					
			981120017	军体融合课	C	6	108	8	100			3	3	1	1		
			981120008	军事技能	C	2	112		112			2w					
			981110013	军事理论	A	2	36	36						2			
			984130010	大学生心理健康教育	A	2	36	24	6+6*				2				
			991110001	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当	A	1	24	20	4						2		
			981110004	大学生职业发展与就业指导	B	2	36	18	18			每学期 6 学时					
			981130005	大学生创新创业	B	2	36	18	18*			2					
			981110012	国家安全教育	A	1	18	18							1		
			981120019	劳动教育	C	1	18	9	9			1					
				小计		28	616	324	292			9	9	4	4		
		限选	——	美育教育类课程	A	2	36	20	16			课程设置面向全校，学生在限定课程中选择修学					
			——	信息技术类课程	A	2	36	20	16								
			——	健康教育类课程	A	1	18	10	8								
			——	中华优秀传统文化类课程	A	2	36	20	16								
				小计		7	126	70	56								
		任选	——	人文素养类课程	A	2	36	20	16			课程设置面向全校，学生在给定范围内任选					
			——	科学素养类课程	A	2	36	20	16								
				小计		4	72	40	32								
		公共课合计				39	814	434	380			9	9	4	4		
	专业（技能）课	专业群平台课(必修)		职业素养与客户沟通	A	2.5	45	30	15			3					
				管理基础	A	1.5	30	24	6		▲	2					
				客户服务基础	A	2	36	30	6				2				
				办公软件高级应用	B	2	36	24	12				2				
				应用文写作	A	2	36	32	4		▲		2				
				数字化营销	A	2	36	30	6	★	▲			2			
				小计		12	219	170	49			5	6	2			
		专业技术平台		营销策划原理与实务	B	2.5	45	20	25		▲	3					
				市场调查与大数	C	1.5	30	8	22			2					

		课（必修）		据分析													
				连锁经营原理与实务	A	2.5	45	30	15	★	▲	3					
				连锁门店数字化营运与管理	B	2	36	18	18	★	▲		2				
				新媒体制作与运营	C	3	54	16	38	★	▲		3				
				连锁企业财务管理	B	2	36	16	20				2				
				网店运营与管理实务	B	3	54	28	26	★	▲			3			
				连锁品牌策划与推广	A	2	36	24	12					2			
				商品及品类管理	A	2	36	26	10					2			
				企业经营沙盘模拟实训	C	2	36	10	26					2			
				连锁企业供应链管理	B	2	36	20	16	★	▲				2		
				零售数据分析与应用	B	2	36	18	18						2		
				团队建设与管理	A	2	36	32	4						2		
				市场营销英语	A	2	36	36	0						2		
				连锁经营法律法规	A	2	36	36	0						2		
				小计		32.5	588	338	250			8	7	9	10		
		专业群拓展课（限选）	模块一（**专业）	酒水调制与酒吧管理	C	2	36	10	26					2			
				茶艺与茶文化	C	2	36	10	26					2			
			模块二（**专业）	商业物业服务	A	2	36	30	6					2			
				人力资源管理	A	2	36	28	8					2			
			模块三（**专业）	特许经营实务	A	2	36	26	10					2			
				广告设计与策划	B	2	36	20	16					2			
				小计		4	72	46	26					4			
第二阶段 岗位分流专业知识深化学习和专业技能强化训练	专业（技能）课	连锁门店运营岗位课（限选）		连锁超市门店运营强化实训	C	2	36	10	26						2		
				连锁洗护门店运营强化实训	C	2	36	10	26						2		
				新媒体运营强化实训	C	2	36	10	26						2		
				连锁门店岗位能力强化训练	C	17	306	0	306							18w	
				岗位实践共性问题解析	A	2	36	36	0							2w	
				小计		25	450	66	384						6		
		新媒体运营岗位课（限选）		新媒体运营强化实训	C	2	36	10	26						2		
				连锁超市门店运	C	2	36	10	26						2		

				营强化实训												
				连锁洗护门店运营强化实训	C	2	36	10	26						2		
				新媒体运营岗位能力强化训练	C	17	306	0	306							18w	
				岗位实践共性问题解析	A	2	36	36	0							2w	
				小计		25	450	66	384						6		
第三阶段基层管理干部（技术骨干）岗位职务能力企业实践教学培养		连锁门店运营岗位企业实践教学培养（限选）		岗位职务能力提升课(岗位实习)	C	16	288	0	288								16w
				毕业设计	C	4	72	0	72								4w
		新媒体运营岗位企业实践教学培养（限选）		岗位职务能力提升课(岗位实习)	C	16	288	0	288								16w
				毕业设计	C	4	72	0	72								4w
				小计		20	360	0	360	0	0	0	0	0	0	0	0
		专业（技能）课合计				93.5	1689	620	1069	0	0	13	13	15	16	0	0
学时、学分及学期周学时总计						132.5	2503	1054	1449	0	0	22	22	19	20	0	0

注：*表示课外实践；★表示核心课程； ▲表示考试课程，其余为考查；w 表示集中实践教学周

学生素质拓展贯穿全学程，素质拓展学分为 12 学分以上

专业技术拓展课程，群内一个专业一个模块，应列明所有专业的专业技术拓展课程，学生可自由选择其中一个或多个模块学习。