



湖南商务职业技术学院
Hunan Vocational College of Commerce

三年制高职 专业人才培养方案

专业名称：	连锁经营与管理
专业代码：	530602
适用年级：	2026 级
制订时间：	2026 年 5 月

2026 级专业人才培养方案制订与审核表

专业名称	连锁经营与管理
专业代码	530602
专业建设委员会	人才培养方案制订与审核，参照行业标准，结合企业需求。 专业负责人：潘淑燕 陈合忠 张慧化 郭海慧 刘书亮 杨世清 陈永清 刘欢 签名：2026 年 6 月 12 日
人才培养方案论证会	人才培养方案制订与审核，参照行业标准，结合企业需求。 专业负责人：潘淑燕 刘书亮 杨世清 陈永清 郭海慧 刘欢 陈永清 刘书亮 杨世清 陈永清 郭海慧 刘欢 签名：2026 年 6 月 14 日
学术委员会	通过 签名（盖章）：2026 年 7 月 14 日
校级党组织会议审定	同意 签名（盖章）：2026 年 7 月 14 日
备注	



编制说明

本方案是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，按照全国教育大会部署，以落实立德树人根本任务，坚持面向市场、对接产业、服务发展、促进就业的办学方向，遵循国家专业教学标准、专业实训教学条件建设标准等国家标准，结合学校服务湖南区域经济发展需求和连锁经营与管理专业特色，由湖南商务职业技术学院连锁经营与管理专业教学团队与步步高商业连锁股份有限公司、湖南零食优选品牌管理有限公司、湖南金拱门食品有限公司等企业共同构建的德智体美劳全面发展的人才培养体系，体现了专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，规范了人才培养全过程，突出了职业教育的类型特点，落实了专业、课程、教材、教师、实习实训等教育教学关键要素改革，实现了高技能人才的有效培养。

本专业人才培养方案在制订过程中，历经专业建设指导委员会论证、人才培养方案论证、校学术委员会评审、提交学校校长办公会、党委会审定，将在 2026 级连锁经营与管理专业实施。

连锁经营与管理专业人才培养方案制订成员名单

序号	姓名	单位	职务	职称/职级
1	何卫华	湖南商务职业技术学院经济贸易学院	专业带头人	副教授
2	钱秋兰	湖南商务职业技术学院经济贸易学院	教研室主任	讲师
3	卢宇	湖南商务职业技术学院经济贸易学院	教研室主任	副教授
4	毛姣艳	湖南商务职业技术学院经济贸易学院	专任教师	副教授
5	唐洪	湖南商务职业技术学院经济贸易学院	专任教师	讲师
6	胡冰冰	湖南商务职业技术学院经济贸易学院	专任教师	讲师
7	侯杰	湖南商务职业技术学院经济贸易学院	院长	教授
8	潘海燕	湖南商务职业技术学院经济贸易学院	副院长	副教授
9	彭遥义	长沙市零售商业行业协会	秘书长	——
10	邹培辉	美团新事业部	事业部部长	——
11	王伟杰	湖南零食优选	高级总监	——
12	羊永祥	湖南千千福商业管理有限公司	总经理	——
13	文智达	顺君商业管理有限公司	总经理	——

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、课程设置及要求	10
(一) 课程结构	10
(二) 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析	11
(三) 专业集中实训课程教学体系	12
(四) 课程描述	12
七、教学进程总体安排	95
(一) 教学进程周次安排及教学活动时间分配表	95
(二) 教学进程表	96
(三) 周学时及学时统计表	99
八、实施保障	100
(一) 师资队伍	100
(二) 教学设施	103
(三) 专业教学资源	107
(四) 教学方法	108
(五) 学习评价	109
(六) 质量管理	112
九、毕业要求	113
十、其他	114

(一) 引用的技术规范	114
(二) 学分银行转换的说明	114
附录	115
1.专业人才培养方案调整审批表	115
2.专业人才培养方案论证意见表	115
3.公共基础课开设统筹安排表	115

湖南商务职业技术学院

2026 级三年制高职连锁经营与管理专业

人才培养方案

一、专业名称及代码

连锁经营与管理专业（专业代码：530602）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

标准年限三年，实行弹性学制 2-6 年。

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域	职业技能等级证书、 社会认可度高的行 业企业标准和证书 举例
财经 贸易 大类 53	工商管理类 5306	零售业(52) 餐饮业(62)	商品营业员 (4-01-02-03) 连锁经营管理师 (4-01-02-06) 采购员 (4-01-01-00)	入职岗位：门店运营岗（店长、店助、营运主管助理）、品类管理岗（品类管理助理）、数字营销岗（新媒体运营助理、智能营销/运营专员） 发展岗位：门店运营岗（督导）、品类管理岗（采购专员、品类经理）、数字营销岗（数字化运营专员、私域运营/会员运营专员）。 迁移岗位：区域经理、连锁企业合伙人、自主创业	品类管理职业技能等级证书(1+X 证书，中级)； 数字营销技术应用职业技能等级证书（1+X 证书，中级）； 门店数字化运营与管理等级证书（1+X 证书，中级） 连锁经营管理师（职业技能证书，初级）。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观,传承技能文明,德智体美劳全面发展,具有一定的科学文化水平,良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识,具备爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神,较强的就业创业能力和可持续发展能力。

学生应掌握扎实的科学文化基础,熟悉经济管理、连锁经营、品类管理、数字化运营及相关法律法规等知识,具备门店运营、品类管理、数字化营销、新媒体运营、数据分析、团队管理等能力。本专业主要面向新零售业中小型业态的连锁企业门店或总部,培养能胜任营运(店长、店助)、品类管理(助理)、数字营销(新媒体运营助理、智能营销/运营专员)等岗位群的人才,使学生能够从事门店运营或职能部门基层管理等工作。

该类人才具备扎实的连锁门店运营管理技术基础、智能数据与零售服务思维、较高的数字化素养和良好的职业道德,富有创新创业能力;传承“敢为人先、经世致用”的“湘商”文化精髓,能够熟练运用连锁企业人、货、场、信息等资源配置与数据分析技能,胜任新零售行业连锁企业门店运营或职能部门基层管理相关工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1.素质要求

S1 政治素养：坚决拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，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，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

S2 职业精神：弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，崇尚劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚，具有爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神。

S3 道德规范：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，遵纪守法，树立正确的世界观、人生观、价值观和职业道德观。

S4 商业伦理：具备良好的商业信誉和零供（零售商与供应商）合作意识，坚持诚信经营、敬业奉献的职业操守。

S5 数字素养：具有较高的数字素养和信息素养，具备数据思维，能够应对产业数字化转型带来的复杂问题和挑战。

S6 专业意识：树立零售数据分析意识、数字营销意识、成本效益意识、风险意识、竞争意识和全局意识，具备品类管理创新与优化意识。

S7 管理素养：具有质量意识、安全意识、节约意识、环保意识，具备工程思维和创新思维，能够在门店运营管理中践行精细化管理理念。

S8 服务意识：具备良好的顾客服务意识与门店形象意识，能够在工作中体现“顾客至上”的服务理念。

S9 团队合作：具有集体意识和团队合作精神，具备自我管理能力和职业生涯规划意识，能够与团队成员协同完成门店运营目标。

S10 身心素养：勇于奋斗、乐观向上，具有健康的体魄、健全的心理和健全的人格，掌握 1-2 项运动技能，养成良好的健身、卫生与行为习惯。

S11 审美素养：具有良好的人文素养和审美能力，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好，具备门店场景美学的基本感知与营造能力。

S12 湘商传承：传承“敢为人先、经世致用”的湘商精神，具有创新创业意识和开拓进取的奋斗精神。

S13 人机协作意识：具备利用 AI 工具提升工作效率的创新意识，正确理解人机协作关系，在 AIGC 应用中坚持诚信、尊重原创、恪守信息伦理与法律边界。

2.知识要求

Z1 政治与人文素养知识：掌握必备的思想政治理论、军事理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；了解美学基本脉络，具备基本审美认知；掌握多元文化知识，理解不同文化内涵，具备必要的跨文化视野。

Z2 法律法规与安全知识：熟悉与本专业相关的法律法规（包括消费者权益保护法、产品质量法、商业特许经营管理条例等），以及环境保护、安全消防、劳动保护等知识；了解连锁经营相关的合同法律风险与合规管理要求。

Z3 身心与职业健康知识：了解心理学的核心理念与基本概念，树立心理健康意识；掌握职场压力调适、情绪管理基本方法；理解职业健康与工作生活平衡的基本知识。

Z4 信息技术与工具知识：掌握 Windows 操作系统基本操作方法，熟练使用办公软件（Word、Excel、PowerPoint）；

了解企业信息化管理系统的基本架构与操作逻辑。

Z5 商科通识知识：掌握管理学、经济学、市场营销、数字营销基础等商科核心基础知识，建立商业运行的系统性认知框架。

Z6 连锁经营管理通识知识：掌握连锁经营的基本模式（直营、特许、自由连锁）、连锁企业组织结构与管控体系、连锁经营的核心原理与标准化管理知识；了解连锁行业发展趋势与新零售演进逻辑。

Z7 门店运营管理知识：掌握连锁门店营运的全流程知识，包括卖场布局与商品陈列、商品盘点与质量控制、收银与票据管理、门店安全与防损管理、门店绩效考核等；理解门店标准化作业程序（SOP）的设计与执行要求。

Z8 商品与品类管理知识：掌握商品管理基础知识，包括商品分类与编码、商品采购与供应商管理、库存控制与周转管理；系统掌握品类管理知识，包括品类定义与角色定位、品类评估与策略制定、品类战术（高效定价、高效促销、高效补货等）的实施方法。

Z9 数字营销知识：掌握数字营销基础理论与框架，包括数字化用户画像、全渠道营销策略、搜索引擎营销、推荐引擎广告等付费媒体投放逻辑；掌握新媒体运营知识，包括微信生态运营、短视频内容创作、直播带货流程、社群营销与粉丝运营等；理解数字营销效果分析与“品效合一”评估方法。

Z10 顾客服务与体验管理知识：掌握顾客服务管理体系知识，包括顾客接待礼仪、投诉处理流程、会员管理方法、

客户满意度测评等；理解体验经济时代顾客期望管理与服务创新的基本路径。

Z11 数据分析与商业智能知识：掌握零售数据分析知识，包括销售数据分析、客流量分析、商品关联分析、会员消费行为分析等；掌握 BI 商业智能基本知识，包括数据建模、可视化报表制作、数据驾驶舱搭建等；理解数据驱动决策的基本逻辑与方法。

Z12 AI 通识与零售应用知识：掌握人工智能通识知识，包括 AI 发展历程、核心技术原理（机器学习、深度学习、大语言模型等基本概念）；了解 AIGC 工具在营销内容生成、文案创作、图像设计等场景的应用方法；理解 RPA 机器人流程自动化在连锁门店业务场景中的基本应用逻辑；了解 AI 在零售领域的典型应用场景（智能选品、智能补货、智能排班、客流分析等）。

Z13 门店开发与拓展知识：掌握门店开发知识，包括商圈调研方法、店铺选址评估模型、门店投资回报分析、门店空间设计与视觉营销等；掌握特许经营管理知识，包括特许经营体系的构建、加盟商招募与管理、特许经营法律要点、加盟督导机制等。

Z14 团队建设与管理的知识：掌握连锁企业团队管理知识，包括门店排班管理、员工招聘与培训、绩效考核与激励、沟通协调与会议组织等；了解连锁企业人力资源管理的特殊性（多门店协同、储备店长培养体系、企业文化建设等）。

Z15 创新与创业知识：了解连锁行业创新创业的基本路径与模式，包括社区新零售创业、加盟创业、数字化内容

创业等；掌握商业模式画布、精益创业等基础方法论；理解连锁企业合伙人机制与内部创业机制的基本知识。

Z16 新媒体文案与 AIGC 知识：掌握新媒体文案的类型、特点及平台分发规则；理解 AIGC 的基本原理，掌握主流 AI 文案生成工具的核心功能与操作逻辑；掌握设计精准提示词（Prompt）的方法，以及 AI 生成文案的筛选、改写与优化知识。

3. 能力要求

（1）通用能力

N1 学习与创新能力：具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；具有良好的开拓创新意识和严谨务实的工作作风。

N2 沟通与表达能力：具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，能够与顾客、上级、同事及供应商进行有效沟通。

N3 团队协作能力：具有良好的团队合作能力和组织协调能力，能够配合或带领团队完成门店运营目标。

N4 信息处理能力：具有熟练运用信息技术、收集处理信息的能力，能够使用常用办公软件和业务系统完成日常工作。

N5 心理调适能力：具有自我探索、心理调适与心理发展技能，能够进行有效的情绪管理和压力应对。

N6 环境适应能力：具有较强的社会环境适应能力、应变能力、竞争能力与抗压能力，能够适应连锁行业快节奏、高强度的工作特点。

N7 服务与礼仪能力：具有良好的顾客服务意识与商务礼仪修养，能够在工作中体现专业形象。

（2）专业能力

①门店运营能力

N8 标准执行能力：具有较强的门店营运标准与规范的执行能力，能够按照标准化作业程序（SOP）开展门店日常运营工作。

N9 商品陈列能力：具备较强的商品陈列能力，能够根据品类管理要求和卖场布局原则进行科学美观的商品陈列。

N10 盘点与质控能力：能够进行准确的商品盘点，对商品损耗进行有效控制，确保账实相符。

N11 进补货与库存管理能力：能够进行科学合理的进货与补货决策，对商品库存进行有效管控，优化库存周转。

②商品与品类管理能力

N12 商品管控能力：具有较强的商品质量与数量管控能力，能够进行商品分类管理与结构优化。

N13 引导销售能力：能够对商品进行引导销售，运用促销技巧和商品知识提升销售业绩。

N14 促销策划与执行能力：具有较强的促销计划制定与执行能力，能够策划并落地门店促销活动。

③数字化营销能力

N15 数字营销策划能力：具备数字营销基础策划能力，能够进行用户画像分析、全渠道投放策略设计与数字营销效果评估。

N16 新媒体运营能力：具备新媒体平台运营能力，能

够完成短视频创作、直播执行、图文内容策划与社群运营。

④顾客服务能力

N17 顾客开发与维护能力：能够对顾客进行有效开发与维护，运用会员管理方法提升顾客忠诚度。

N18 服务体验能力：具备从事顾客服务与体验的能力，能够妥善处理顾客投诉，提升顾客满意度。

⑤团队管理能力

N19 团队建设与管理能力：具备较强的连锁企业门店排班、会议组织、员工激励等团队建设与管理能力。

⑥数据分析与技术应用能力

N20 零售数据分析能力：具备较强的零售数据分析能力，能够进行销售数据、客流量数据、会员消费行为的采集与分析。

N21 商圈与报表分析能力：具备商圈调研与报表分析能力，能够进行商圈环境评估、竞争对手分析及经营报表解读。

N22 BI 商业智能应用能力：具备运用 BI 商业智能工具进行数据可视化、报表制作与经营决策支持的能力。

N23 AI 工具应用能力：具备运用 AIGC、RPA 等 AI 工具辅助完成营销内容生成、业务流程自动化等工作的基本能力。

N24 门店数字化运营能力：具备运用门店数字化系统进行智能巡店、客流分析、智能补货等数字化运营管理的能力。

⑦连锁拓展与综合能力

N25 门店开发能力：具备商圈调研、店铺选址评估、门店投资回报分析及门店空间设计的基本能力

N26 特许经营管理能力：具备特许经营体系认知与加盟商管理的基本能力，了解特许经营合同法律要点与加盟督导机制。

N27 理论与实践综合能力：具备将专业理论知识应用于综合实践的能力，能够完成从问题识别到方案实施的完整工作流程。

N28 可持续发展能力：具备借鉴连锁经营管理行业企业可持续经营发展经验、推动门店持续改进的方法与能力。

六、课程设置及要求

（一）课程结构

课程分为五大模块：公共基础课程模块（必修、限选、任选）、专业基础课程模块、专业核心课程模块、专业拓展选修课程模块、专业集中实训模块。具体如图 1 所示。

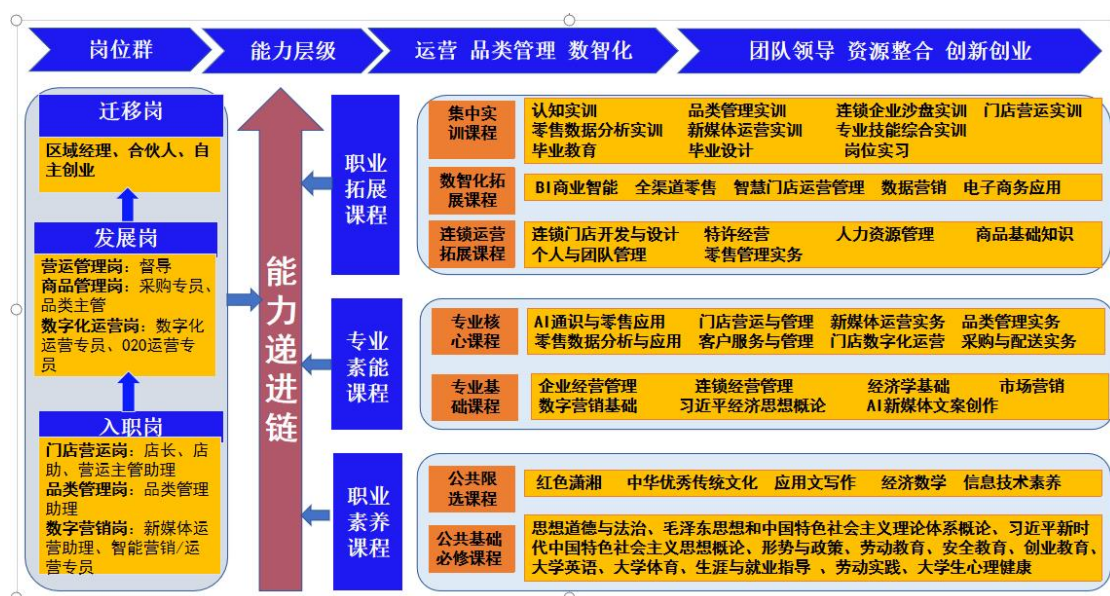


图 1 连锁经营与管理专业课程体系图

（二）专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析

表 2 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析表

岗位名称	典型工作（项目）	核心职业能力要求 （素质、知识、能力）	专业课程
1. 门店营运岗（店长/店助、营运主管助理）	1.1. 门店日常运营执行与管理 1.2 卖场环境与商品陈列维护 1.3 员工排班与团队协作管理 1.4 商品盘点与库存损耗控制 1.5 顾客接待与投诉处理 1.6 经营数据采集与报表制作 1.7 促销活动执行与现场管理 1.8 营运标准检查与信息上传下达	1.1.1 素质： 服务意识、责任意识、规范意识、团队协作精神、数据敏感度、执行力 1.1.2 知识： 门店运营流程、标准化作业程序、商品管理基础、排班管理方法、盘点流程、数据分析基础、消防安全知识 1.1.3 能力： SOP 执行能力、团队组织与排班能力、顾客沟通能力、盘点执行能力、数据采集与报表制作能力、沟通协调能力、标准检查能力	门店营运管理实务 连锁经营管理实务 顾客服务与管理 门店数字化运营实务 零售数据分析 人力资源管理
2. 品类管理岗（品类管理助理）	2.1 商品分类与陈列管理 2.2 库存盘点与损耗控制 2.3 价格标签与商品信息维护	2.1.1 素质： 精益求精、数据敏感、细致严谨 2.1.2 知识： 商品分类方法、陈列原则、库存管理知识 2.1.3 能力： 商品分类能力、陈列制作能力、库存核对能力	品类管理实务 零售数据分析 BI 商业智能 采购与配送实务
3. 数字营销岗（新媒体运营助理、智能营销/运营专员）	3.1 新媒体内容创作与运营 3.2 智能营销与 AIGC 应用 3.3 社群运营与用户互动 3.4 营销效果数据分析	3.1.1 素质： 创新意识、用户思维、数据思维 3.1.2 知识： 新媒体规则、内容创作、AIGC 应用、数字营销理论 3.1.3 能力： 内容创作能力、平台运营能力、AIGC 应用能力、数据分析能力	新媒体运营实务 数字营销基础 AI 通识与零售应用 零售数据分析

（三）专业集中实训课程教学体系

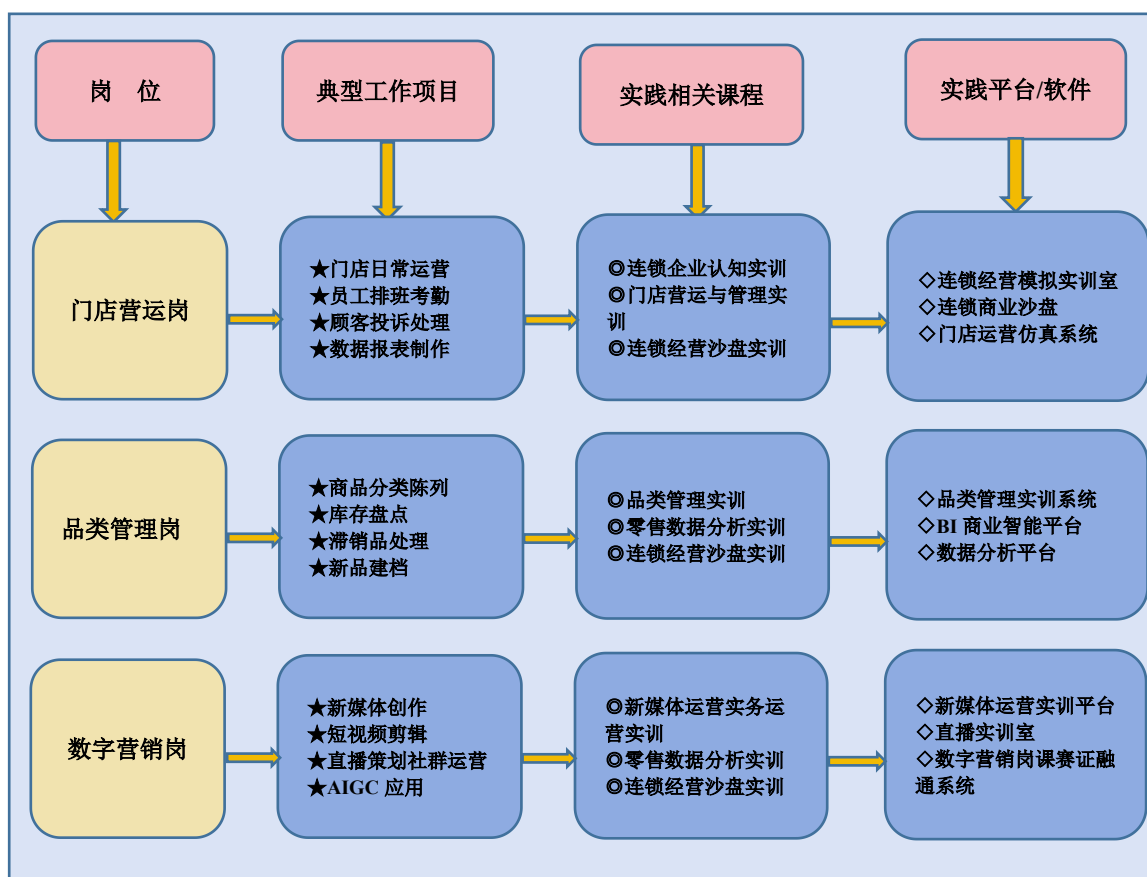


图2 专业集中实训课程体系图

（四）课程描述

1.课程描述总体要求

对接岗位需求，引入新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，融通智慧零售运营与管理技能竞赛、人力资源管理技能竞赛等竞赛标准和“1+X”品类管理职业技能等级证书、“1+X”数字营销技术应用职业等级证书、门店数字化运营与管理等级证书等职业证书能力要点，基于工作过程或能力模块或典型工作任务，系统设计每一门课程的课程目标、主要内容和教学要求，可操作性强。

（1）专业思政融入课程分析

在整个课程体系中，爱国主义教育、法治教育、职业

道德教育等思政元素全程贯穿，将思政教育与专业教学深度融合。

专业思政与课程的融入如下表所示：

表3 专业思政融入课程分析

课程模块	主要内容	思政融入	操作要求
公共基础课程	包括思想政治、身心修养、科技人文、创新创业等课程。	S1 政治素养：坚定理想信念、爱国情怀、民族自豪感 S3 道德规范：遵纪守法、正确三观、社会责任感 S10 身心素养：健康体魄、健全人格、运动习惯 S11 审美素养：人文素养、场景美学感知 S12 湘商传承：敢为人先、经世致用、创新创业	在所有课程中融入爱国主义教育、法治教育、职业道德教育，确保学生在掌握专业技能的同时，成为有理想、有本领、有担当的新时代青年。
专业基础课程	包括企业经营管理、连锁经营管理、经济学基础、市场营销、习近平经济思想概论、数字营销基础、AI 新媒体文案创作等课程。	S4 商业伦理：诚信经营、零供合作、敬业奉献 S5 数字素养：数据思维、应对数字化转型 S6 专业意识：数据分析、数字营销、成本效益、风险竞争、全局意识 S9 团队合作：集体意识、协同完成目标 S12 湘商传承：敢为人先、经世致用	
专业核心课程	包括商品采购与配送实务、品类管理实务、门店营运与管理实务、门店数字化运营、零售数据分析与应用、客户服务与管理、新媒体运营实务等课程。	S2 职业精神：爱岗敬业、精益求精、工匠精神 S4 商业伦理：诚信经营、零供合作 S6 专业意识：品类创新、成本效益、风险意识、全局意识 S7 管理素养：质量、安全、节约、环保、精细化 S8 服务意识：顾客至上、门店形象 S9 团队合作：集体意识、协同目标 S12 湘商传承：敢为人先、创新创业	
专业拓展选修课程	包括连锁门店开发与设计、特许经营、人力资源管理、商品基础知识个人与团队管理、零售管理实务、BI 商业智能、全渠道零售、智慧门店运营管理、数据营销、电子商务应用等课程。	S4 商业伦理：诚信经营、零供合作 S5 数字素养：数据思维、数字化转型 S6 专业意识：数据分析、数字营销、风险竞争、全局创新 S7 管理素养：质量、安全、节约、环保 S9 团队合作：集体意识、自我管理、职业生涯规划 S11 审美素养：门店场景美学 S12 湘商传承：敢为人先、经世致用	

(2) 相关技能竞赛融入课程分析

本专业相关的竞赛有湖南省职业院校技能竞赛（智慧零售运营与管理技能竞赛）、湖南省职业院校技能竞赛（人力资源管理赛项）赛项，竞赛内容与课程的融合如下表所

示。

表4 技能竞赛融入课程分析

竞赛名称	组织机构	能力考点	拟融入的课程
湖南省职业院校技能竞赛（智慧零售运营与管理技能竞赛）	湖南省教育厅、湖南省商务厅	智慧门店运营： 模拟新零售场景下的门店选址、商品陈列、库存管理、智能补货系统操作。 新零售数据分析： 利用大数据工具分析消费者行为，生成销售预测模型。 数字营销策划： 设计全渠道营销方案，考核创意与转化效果。 智能设备应用： 操作无人售货机、智能货架等设备，完成人机协作任务。	核心课程： 《门店运营与管理实务》（门店运营模块）、《零售数据分析与应用》（数据分析工具）、《新媒体运营实务》（全渠道策划）。 拓展课程： 《智慧门店运营管理》《BI 商业智能》（智能设备应用）、《全渠道零售》《数据营销》（直播电商策划）。
湖南省职业院校技能竞赛（人力资源管理赛项）	湖南省教育厅、湖南省人力资源和社会保障厅	人力资源规划与岗位分析： 企业组织架构设计、岗位说明书编写、人员需求预测 招聘与配置： 模拟招聘流程（简历筛选、面试、人才测评） 培训与开发： 制定员工培训计划、设计绩效考核方案 劳动关系协调： 处理劳动争议、协商劳动合同条款	核心课程： 《人力资源管理》《客户服务与管理》 拓展课程： 《连锁门店开发与设计》《个人与团队管理》

(3) 相关证书融入课程分析

本专业相关的证书是“1+X”品类管理职业技能等级证书（中级）、“1+X”数字营销技术应用职业等级证书（中级），证书内容与课程的融合如下表所示。

表5相关证书融入课程分析

职业资格证书/职业技能等级证书名称	颁证单位	工作领域	工作任务	对应融通课程
“1+X”品类管理职业技能等级证书（中级）	北京睿学云诚教育咨询有限公司	连锁门店运营与供应链管理	1.品类规划与优化； 2.商品组合管理； 3.销售数据分析； 4.库存与补货管理； 5.供应商绩效评估。	核心课程： 《品类管理实务》《零售数据分析与应用》《采购与配送实务》 拓展课程： 《全渠道零售》《连锁门店开发与设计》《BI 商业智能》
“1+X”数字营销技术应用职业等级证书（中级）	中教畅享科技股份有限公司	数字广告与社交媒体运营	1.数字广告投放； 2.社交媒体内容策划与运营（抖音、小红书）； 3.搜索引擎优化； 4.数据驱动营销	核心课程： 《数字营销基础》《零售数据分析与应用》《新媒体运营实务》 拓展课程： 《BI 商业智能》《全渠道零售》《数据营销》

(4) 专业技能考核标准融入课程分析

本专业技能考核紧密对接小型业态连锁企业门店或总部，聚焦于培养学生胜任营运（店长、店助）、品类管理（助理）、数字营销（新媒体运营助理、智能营销/运营专员）等岗位群所需的典型工作任务与技能要求。模块内容与专业课程的对应关系如下表所示。

表6 技能考核模块内容与专业课程对应关系

序号	模块名称	模块内容	专业课程
1	门店商品管理	商品陈列	《门店营运与管理实务》《品类管理实务》
2		商品盘点与质量控制	《门店营运与管理实务》《零售数据分析与应用》
3	门店营销管理	促销计划执行	《新媒体运营实务》《数字营销基础》《市场营销》《客户服务与管理》
4	数据分析	报表分析	《零售数据分析与应用》《品类管理实务》《BI 商业智能》
5	团队管理	排班	《人力资源管理》《门店营运与管理实务》《个人与团队管理》
6		会议组织	《企业经营管理》《人力资源管理》《门店营运与管理实务》
7	顾客管理	顾客投诉处理	《客户服务与管理》《门店营运与管理实务》

2.公共基础课程描述（必修、限选、任选）

(1) 思想道德与法治

开设学期	1 和 2	参考学时	48	学分	3
------	-------	------	----	----	---

课程目标： 素质目标： 培养学生具备较高的思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 知识目标： 掌握新时代的内涵与意义，理解人生观的重要作用，掌握中国精神的内涵和意义，理解社会主义核心价值观的内涵，理解道德准则和中国特色社会主义法治体系。 能力目标： 能够坚定理想信念，践行社会主义核心价值观；形成正确的道德认知；理解中国特色社会主义法治，增进法治意识，养成法治思维，积极投身道德与法治实践。		
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3		
主要内容： 理解并掌握马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观。引导学生探究现实生活中的道德和法律问题，运用所学的理论知识，分析问题并提出解决问题的方法。		
序号	教学单元	教学内容
1	绪论	中国特色社会主义新时代的内涵与意义，培养学生成长为担当民族复兴大任的新时代青年。
2	思想篇	世界观、人生观、价值观的教育，帮助学生树立正确的理想信念，理解人生的意义和方向。弘扬中国精神，培育社会主义核心价值观。
3	道德篇	道德观教育，传承中华传统美德，弘扬中国革命道德，引导学生养成良好的道德品质。
4	法治篇	法治观教育，帮助学生理解法律的基本知识，树立法治观念，增强法律意识，学会运用法律知识解决实际问题。
教学要求： 1. 方法手段： 以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过主题研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价： 课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%，从知识、能力、素养三个方面综合考核。		

(2) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
------	---	------	----	----	---

课程目标: 素质目标: 培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力, 坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念, 增强投身到我国社会主义现代化建设中的自觉性、主动性和创造性。 知识目标: 理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的形成、发展、主要内容、历史地位和意义。 能力目标: 能够联系实际, 树立正确的历史观点、世界视野、国情意识和问题意识; 能够运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题。		
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3		
主要内容:		
序号	教学单元	教学内容
1	导论: 马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果	1. 什么是马克思主义 2. 中国为什么选择了马克思主义 3. 为什么要实现马克思主义中国化时代化 4. 什么是马克思主义中国化时代化 5. 马克思主义中国化时代化有哪些理论成果 6. 本教材的主线和重点
2	毛泽东思想	1. 毛泽东思想及其历史地位 2. 新民主主义革命理论形成的依据 3. 新民主主义革命道路的总路线和基本纲领 4. 新民主主义革命的道路和基本经验 5. 从新民主主义到社会主义的转变 6. 社会主义改造道路和历史经验 7. 社会主义制度在中国的确立 8. 社会主义建设道路的初步探索
3	中国特色社会主义理论体系的形成发展、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观	1. 邓小平理论的形成、主要内容及历史地位 2. “三个代表重要思想”的形成、核心观点、主要内容及历史地位 3. 科学发展观的形成、科学内涵、主要内容及历史地位

教学要求:

1. 方法手段: 主要采用理论与实践相结合, 线上与线下相结合, 课内与课外相结合的教学方式, 运用问题导向、任务驱动、小组辩论等教学方法, 通过多媒体音频、视频等教学方式和手段, 提高教学的实效性。

2. 考核评价: 课程考核为平时成绩+期末线上考试。

(3) 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标: 素质目标: 切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性, 进一步坚定建设富强民主和谐文明美丽的社会主义现代化强国的决心, 引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信, 在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。 知识目标: 理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、主要内容、理论特质与历史地位, 更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义。 能力目标: 能够理论联系实际, 运用所学专业理论知识, 正确看待社会问题, 分析社会现象; 能够运用马克思主义的立场、观点和方法发现问题、分析问题和解决问题。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论 马克思主义中国化时代化新的飞跃	1. 习近平新时代中国特色社会主义思想是如何创立的? 2. 习近平新时代中国特色社会主义思想回答了什么重大时代课题? 3. 习近平新时代中国特色社会主义思想主要包含哪些内容? 4. 如何理解习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位? 5. 如何学好用好习近平新时代中国特色社会主义思想?			
2	第一章 新时代坚持和发展中国特色社会主义	1. 中国特色社会主义如何一路走来? 2. 如何理解中国特色社会主义是社会主义而不是其他什么主义? 3. 为什么说中国特色社会主义进入了新时代? 4. 新时代坚持和发展中国特色社会主义如何一以贯之?			
3	第二章 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴	1. 为什么说实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程? 2. 如何擘画全面建成社会主义现代化强国的宏伟蓝图? 3. 中国式现代化是一种什么样的现代化			

4	第三章 坚持党的全面领导	1. 为什么要坚持党的领导？ 2. 怎样理解党的领导是全面的、系统的、整体的？ 3. 怎样实现党的全面领导？
5	第四章 坚持以人民为中心	1. 为什么必须坚持以人民为中心？ 2. 如何理解不断实现人民对美好生活的向往？ 3. 怎样实现人的全面发展、全体人民共同富裕？
6	第五章 全面深化改革	1. 为什么要全面深化改革开放？ 2. 怎样推进全面深化改革开放？ 3. 如何将改革开放进行到底？
7	第六章 推动高质量发展	1. 如何完整、准确、全面贯彻新发展理念？ 2. 如何坚持和完善社会主义基本经济制度？ 3. 如何加快构建新发展格局？
8	第七章 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略	1. 为什么要坚持教育、科技、人才一体推进？ 2. 怎样加快建设教育强国？ 3. 怎样加快建设科技强国？ 4. 如何深入实施新时代人才强国战略？
9	第八章 发展全过程人民民主	1. 什么是全过程人民民主？ 2. 全过程人民民主好在哪里？ 3. 如何践行全过程人民民主？
10	第九章 全面依法治国	1. 为什么要全面推进依法治国？ 2. 为什么要走中国特色社会主义法治道路 3. 如何理解全面依法治国的总目标？ 4. 如何建设法治中国？
11	第十章 建设社会主义文化强国	1. 为什么建设中国特色社会主义文化？ 2. 为什么要坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度？ 3. 为什么要用社会主义核心价值观凝心聚力？ 4. 如何铸就社会主义文化新辉煌？
12	第十一章 加强以民生为重点的社会建设	1. 为什么说“悠悠万事，民生为大”？ 2. 提高人民生活品质着重从哪些方面入手？ 3. 怎样推进社会治理现代化？
13	第十二章 建设社会主义生态文明	1. 新时代为什么突出强调生态文明建设？ 2. 建设什么样的生态文明？ 3. 怎样建设美丽中国？

		4. 怎样共谋全球生态文明建设之路？
14	第十三章 维护和塑造国家安全	1. 为什么要坚持总体国家安全观？ 2. 如何构建统筹各领域安全的新安全格局？ 3. 怎样推进国家安全体系和能力现代化？
15	第十四章 建设巩固国防和强大人民军队	1. 为什么要建设巩固国防和强大人民军队？ 2. 怎样建设巩固国防和强大人民军队？ 3. 人民军队怎样捍卫国家主权、安全、发展利益？
16	第十五章 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一	1. 如何全面准确理解和贯彻“一国两制”方针？ 2. 为什么说“一国两制”是保持港澳长期繁荣稳定的最佳制度？ 3. 为什么说祖国完全统一的时和势始终在我们这一边？
17	第十六章 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体	1. 世界怎么了？ 2. 人类向何处去？ 3. 中国怎么办？
18	第十七章 全面从严治党	1. 为什么要全面从严治党？ 2. 为什么十八大以来管党治党宽松软状况得到根本扭转？ 3. 如何理解全面从严治党这场伟大自我革命？

教学要求：

1. 方法手段：主要采用理论教学与实践教学相结合的模式，由以“教”为主向重“学”为主的教学模式发展。在理论教学中采取因材施教、互动式与启发式教学方法，具体运用问题讨论法、合作辩论法、视频观摩互动法、分组讨论法、启发式教学法等，结合学生中的思想热点或时政热点问题，进行教学，注重实效。在实践教学注重现场模拟、亲身体验、社会调查等多种互动式教学形式，调动学生学习的积极性和主动性，锻炼和提高学生的综合素质与实践能力。

2. 考核评价：

考核内容	理论（40%）	实践（60%）		
考核方式	期末在线考试	能力考核	素质拓展	
具体指标	闭卷考试	实践活动等	平时表现（课堂出题、课堂纪律、回答问题等）	线上学习（包括十七章及特色音频系列学习任务等）
考核目标	检验和巩固对本课程基本理论知识的理解与运用	培养学生分析问题解决问题的能力	锻炼学生的自主学习能力，提高学生的综合素质	培养学生自主学习与独立思考的能力，提高学生的学习力
分值比例	40%	15%	25%	20%

--

(4) 形势与政策

开设学期	1、2、3、4、5	参考学时	40	学分	1
课程目标：					
素质目标：具备感知国情民意的意识，具备树立“四个意识”、坚定“四个自信”的意识，做担当民族复兴大任的时代新人。					
知识目标：准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略；正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战。					
能力目标：掌握正确分析形势和理解政策的能力，能对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点和疑点问题进行思考、分析和判断。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	理论教学	根据中宣部，教育部每学期下发的《形势与政策教育教学要点》，紧密围绕党和国家重大理论政策，中国式现代化建设的情况，国际形势等方面的情况与时俱进设定教学内容，由形势与政策教研室召开教育教学专题会议，共同商议确定每学期的具体授课内容。			
2	实践教学	根据每学期具体的授课内容，安排实践主题，在课堂进行展示。			
教学要求：					
1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，以激发学生自主学习为目标，采用参与式，互动式，启发式，讨论式等教学方式，依托学习通教学平台为学生提供大量的资源，并完成主题讨论和作业的提交，以提升教学的实效性。					
2. 考核评价：突出考查学生分析问题和解决问题的能力，本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 50%，终结性考核成绩占 50%。					

(5) 思政实践

开设学期	1-2	参考学时	16	学分	1
课程目标: 素质目标: 坚定学生的中国特色社会主义信念, 激发学生的民族自豪感、自尊心和自信心; 促进学生热爱中国共产党的感情, 拥护党的领导; 帮助学生认识社会、关心社会, 激发学习兴趣, 学会做人、学会协作, 立志成为新时代中国特色社会主义事业的建设和接班人。 知识目标: 让学生通过亲身实践, 了解中国特色社会主义的发展历程, 党的十八大后中国发展取得的伟大成就, 进一步加深大学生对习近平新时代中国特色社会主义思想概论与思想道德与法治两门课程基本内容的理解, 深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的精神实质。 能力目标: 培养学生运用马克思主义立场和观点发现实际问题、分析实际问题以及解决实际问题的能力; 提高学生认识能力、思辨能力和实践能力, 让他们在实践中学会做人、学会做事、懂得合作。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容: 学生以实践小组的方式参与教学, 围绕思想政治理论课的教学内容, 结合专业特点开展实践活动 (具体实施由各门思政课负责人根据 课程内容的需要, 结合时事热点, 在各门思政课教学过程中安排, 不单独计时)。					
教学要求: 1. 方法手段: 以思政实践教学平台为载体, 通过案例示范、任务驱动、主题活动等方式, 让学生在学习理论知识的同时, 有组织的参与思政实践。 2. 考核评价: 突出考查学生分析问题和解决问题的能力, 考核学生的实践能力, 本课程考核与各门思政课考核融合进行。					

(6) 军事技能

开设学期	1	参考学时	112	学分	2
课程目标: 素质目标: 养成良好的军事素养, 增强组织纪律观念, 培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。 知识目标: 掌握内务制度与生活制度; 掌握列队动作基本要领。 能力目标: 能较好地完成内务整理和队列动作训练。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容:					

序号	教学单元	教学内容
1	共同条令	《内务条令》《纪律条令》《队列条令》教育。
2	分队的队列动作	集合、离散，整齐、报数，出列、入列，行进、停止，方向变换等。
3	内务整理	被子折叠与摆放，床铺整理，生活用品规范摆放、室内清洁卫生等。
教学要求： 1. 方法手段： 本课程实践性强，基于行动导向教学四步法、案例教学法、情景教学法、启发式教学法、发现式教学法等教学方法，按纲施训。 2. 考核评价： 课程评价采用“过程性+终结性”考核的方式，由辅导员和承训教官共同组织实施，主要从出勤率、学习态度、学习纪律、内务整理、掌握程度等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步理解技能要领；过程性考核 70%，终结性考查占 30%，形成最后的鉴定表。		

(7) 军事理论

开设学期	4/5	参考学时	36	学分	2
课程目标： 素质目标： 增强学生依法建设国防的观念，强化国家安全隐患意识和忧患意识；培养学生爱国情怀，传承红色基因，激发学习热情；树立学生为国防建设服务的思想，增强集体观念和纪律性。 知识目标： 了解国防基本内容、发展历史、国防法规、国防建设；掌握国防动员与武装力量体制、国防教育的相关内容；学习军事思想的形成与发展，掌握军事理论的核心内容；了解世界战略格局概况、战略基本理论；熟悉高技术战争的特点、演变历史及军事高技术的种类。 能力目标： 能主动参与和支持国防建设，自觉保卫国家安全；具备从军事角度观察、分析和处理问题的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	中国国防		中国国防基本内容、历史和现状；我国当代国防法规体系、武装力量体制，国防动员主要内容。		

2	国家安全	国家安全内涵、原则与总体安全观；我国国家安形势；国际战略形势现状与发展趋势、世界主要国家军事力量及战略动向。
3	军事思想	军事思想的形成与发展过程；我国古代和当代军事思想。
4	现代战争	战争内涵、特点及发展历程；新军事革命的发展演变与主要内容。
5	信息化战争	信息技术和信息化战争的特点；各国信息、武器装备的发展趋势与战列应用；科学技术与战争的关系。
教学要求： 1. 方法手段： 重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理，注重教学的时代性、针对性和有效性。 2. 考核评价： 按百分制计分，采用过程性考试方式，主要从出勤率、平时作业、学习表现等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步增强国家安全意识、爱国意识，提高军事素养；过程考核 70%，期末考查占 30%。		

(8-11) 大学体育 (1-4)

开设学期	1 2 3 4	参考学时	112	学分	7
课程目标： 素质目标： 培养学生吃苦耐劳的精神，坚韧不拔的品质，积极向上的态度，团结协作的意识；培养学生集体荣誉感，形成正确运动思维和观念，养成良好的锻炼习惯，提高学生身体素质。 知识目标： 掌握体育与健康的基础理论知识和专项运动技能，注重培养学生体育文化欣赏能力以及终身参加活动的意识； 能力目标： 提升学生身体素质、心理素质、社会适应能力，培养学生运动兴趣、运动技能、健康意识、心理素质和团队写作能力，为未来生活和工作奠定良好基础。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 S6 S7 Z1 Z3 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	协调性和平衡能力训练	公体课：太极拳、健美操			
2	球类项目	选项课：篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、匹克球、高尔夫球			

3	综合项目	选项课：武术、跆拳道、排舞、传统功法、健身操、拓展训练、休闲体育、健身健体、有氧舞蹈、爵士舞、形体训练
教学要求： 1. 课程思政：挖掘体育教学中的思政元素、创新教学方法和形式、注重学生全面发展及发挥教师示范作用等措施，实现体育与思政的有机融合，培养学生优良道德品质、团队合作精神和爱国情怀。 2. 方法手段：理论与实践相结合。采用示范讲解、情境教学、教学比赛递加法、分解法、游戏法等教学方法，帮助学生逐步掌握运动技能，并结合专项素质训练巩固练习，培养团队精神、竞争意识、自我管理能力等综合素质；利用网络教学平台、多媒体、视频等信息化教学方法与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。 3. 考核评价：采用过程性评价与终结性评价相结合。大学体育（一、三）：（课堂表现+课后锻炼）40%+（体质测试）20%+（期末测试）40%；大学体育（二、四）：（课堂表现）20%+（课后锻炼）20%+（期末测试）60%。		

（12）大学生心理健康

开设学期	1/2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：培养健康心理、健全人格，养成勇气、仁爱、智慧、卓越的美德。 知识目标：了解心理学有关理论和基本概念，明确心理健康的标准和意义，理解心理发展规律、心理问题产生的原理。 能力目标：掌握自我探索、心理调适及心理发展的技能。					
主要支撑培养规格： S6 Z3 N5					
主要内容： 主要介绍大学生常见的心理困惑与异常心理，以及自我认识、情绪控制、压力管理、人际经营、爱的表达等相关心理学知识和技巧。					
序号	教学单元	教学内容			
1	求助意识	心理初探，评估健康水平；自我识别，增强保健意识。			
2	助人情怀	个性探索，促进人格发展；自我认识，完善人格品质。			
3	自愈能力	情绪调节，塑造阳光心态；压力管理，应对人生风波。			
4	生活激情	人际解码，感受快乐生活；经营爱情，成就幸福人生。			

教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。

1. 课程思政：按照“勇气→仁爱→智慧→卓越”四段递进式思政主线讲授“求助意识→助人情怀→自愈能力→生活激情”递进式13个“一课次一目标”的学习专题。

2. 方法手段：采取“线上+线下”混合式教学模式。以课堂活动体验为主，学生在线自主学习、教师课堂讲授、课后实践拓展为辅，通过讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学效果。

3. 考核评价：课程考核由线上成绩和线下成绩组成。其中过程性评价占60%，包括学习态度、学习习惯和知识技能的掌握，结果评价20%，指期末考试成绩，增值评价20%，考察思政素养的养成情况。

（13-14）劳动教育（劳动实践）

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 具备正确劳动价值观，养成良好的劳动习惯和热爱劳动的思想情感，逐步树立工匠精神。 知识目标： 认知劳动的价值，马克思主义劳动观；掌握劳动精神、劳模精神、工匠精神；了解新时代劳动特质。 能力目标： 能运用知识技能发现、分析、解决问题，为社会生活打基础；坚持五育理念，以劳动促进德智体美发展，养成劳动习惯。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	劳动与劳动教育	课程导论：劳动、劳动价值、劳动价值观			
2	劳动精神	新时代劳动精神内涵；劳动精神对大学生成长的意义			
3	工匠精神	工匠精神的内涵；如何锤炼工匠精神			
4	劳模精神	劳模精神的内涵；汲取劳模经验，聆听榜样故事			
5	劳动关系	认识劳动关系；用法律构建和谐劳动关系			
6	劳动实践	走近大学生劳动实践；大学生生产劳动与职业发展。			

教学要求：

1. 课程思政：课程 2 和 3 通过融入劳模和工匠故事进行文化教育，模块 5 结合法治思想进行思政教学。通过故事激发学生对劳模精神、工匠精神的追求，培养法律意识和社会责任感，实现知识与价值的统一。

2. 方法手段：通过知识导入、案例示范、任务驱动、主题活动、劳动实践等，使学生坚持在课堂教学、活动实践、自我学习等教育环节上付出辛勤劳动，有利于树立正确的劳动价值观。

3. 考核评价：本课程采用过程性考核与结果考核相结合的方式，全面评估学生表现，综合评定成绩。过程性考核涵盖课堂考勤、课堂互动及课堂实践活动等方面，占总评的 60%，重点考察学生的认知能力、自主探索精神、团队合作意识及精益求精的职业素养。结果考核则占 40%。课程考核评价贯穿学生参与劳动的全过程，采用个性化、多元化、动态化的评价手段，旨在激发学生学习积极性，提升劳动教育课程的整体质量。

（15）安全教育

开设学期	2	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标： 能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念；增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力；养成遵纪守法、关注安全、珍爱生命的良好素养。 知识目标： 基本掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义；熟悉总体国家安全观相关法律法规；了解国家安全重点领域面临的威胁与挑战。掌握消防安全、交通安全、网络安全、防诈骗等日常安全基础知识 能力目标： 掌握维护国家安全的途径与方法；在日常的学习生活中，能够自觉养成维护国家安全的良好习惯；在日常学习生活中自觉践行安全行为规范，提升应急避险和自我保护能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	总体国家安全观概述	总体国家安全观的创立 总体国家安全观的科学内涵 总体国家安全观的重点领域和基本特征			
2	中国特色国家安全道路	统筹发展和安全 坚持中国共产党的领导 坚持以人民安全为宗旨			

		坚持以政治安全为根本 坚持以经济安全为基础 坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障 坚持以促进国际安全为依托 筑牢其他各领域国家安全屏障
3	大学生要争做总体国家安全观坚定践行者	增强国家安全意识，坚持国家利益至上 增强忧患意识，发扬斗争精神 增强社会责任，形成维护国家安全合力
4	其他安全教育	消防安全、交通安全、食品安全、防灾减灾； 网络安全与防电信诈骗；心理健康与生命教育； 校园安全与应急避险
教学要求： 1. 方法手段：通过案例教学，以鲜活的安全案例来阐述国家安全理论；以总体国家安全观为指导，融合日常安全教育，培养学生的国家安全意识、风险防范能力和安全素养。课前，要求学生查阅相关资料，了解学习目标；课中，积极参与课堂讨论，掌握学习内容；课后，完成老师布置的相关作业；课外，参加安全实践。 2. 考核评价：课程考核为平时成绩+期末线上考试。线上，要求学生平时观看视频课程，完成章节测验；线下，参与课堂学习、讨论、完成小组任务。		

(16-17) 大学英语

开设学期	1-2	参考学时	128	学分	8
课程目标： 素质目标： 培养职业责任感、社会服务意识及跨文化包容态度，树立终身学习理念，增强职场适应力与创新自信。 知识目标： 掌握职场场景核心词汇（旅行、购物、急救等）、跨文化交际常识及职业发展相关术语（求职、智能技术、网络安全等），理解行业趋势与职场规范。 能力目标： 提升英语听说读写综合应用能力，能在真实场景中沟通协作（如面试、志愿服务）、解决问题（如急救、网络威胁），并运用逻辑思维规划职业目标。					
主要支撑培养规格： S1、S2、Z4、N1、N2、N3					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	(上) Unit 1 Traveling	旅行场景词汇、跨文化沟通技巧、行程规划与应急处理模拟练习。			
2	Unit 2 Shopping	商品描述与议价表达、退换货流程对话、消费纠纷解决案例分析。			
3	Unit 3 First Aid	急救术语、常见伤病处理步骤演示、急救设备使用英语指令实践。			
4	Unit 4 Volunteering	志愿服务类型与流程、公益项目策划术语、团队协作任务模拟。			
5	Unit 5 Intelligent Vehicles	智能汽车技术原理、交通趋势讨论、科技伦理与安全驾驶议题辩论。			

6	Unit 6 Cybersecurity	网络安全基础概念、风险识别与防护策略、网络威胁应对情景演练。
7	(下) Unit 1 Looking for Jobs	求职渠道与岗位分析、简历与求职信撰写模板、招聘信息筛选实践。
8	Unit 2 Job Interviews	面试问答技巧、职场礼仪模拟、压力面试与逻辑应答训练。
9	Unit 3 In the Workplace	职场沟通术语、会议与任务分配对话、跨文化团队协作角色扮演。
10	Unit 4 Career Paths	职业发展阶段理论、行业趋势调研、个人职业计划书撰写指导。
11	Unit 5 Social Media and Career Success	社交媒体人脉管理、个人品牌塑造案例、职业信息传播伦理讨论。
12	Unit 6 Setting Smart Goals	SMART 原则应用、目标分解与进度跟踪工具、职业目标陈述与反馈优化。
教学要求: 课程思政: 以急救伦理、志愿服务精神、网络安全责任等主题为切入点,通过案例分析、角色扮演深化职业使命感与社会责任感,融入工匠精神与社会主义核心价值观。 方法手段: 采用任务驱动法(如智能汽车技术调研、求职面试模拟)、线上线下混合式教学(BOPPPS 模型),结合智能技术、职业场景设计项目式学习,强化语言应用与专业实践融合。 考核评价: 构建“语言能力(40%)+职业素养(30%)+思政表现(30%)”多维体系,过程评价(课堂参与、项目报告)与终结评价(情景测试、目标陈述)结合,突出伦理意识与创新协作能力。 关联实施保障: 依托实训平台、企业案例库及思政资源库,确保教学内容与行业需求、价值引领同步,师资培训与动态评价机制支撑目标落地。		

(18) 生涯与就业指导

开设学期	1、4	参考学时	32	学分	2
课程目标: 素质目标: 确立职业发展的概念和意识,具备职业生涯发展自主意识,正确的人生观、价值观和就业观念,将个人发展和国家需要、社会发展相结合。 知识目标: 基本了解生涯规划的概念、特点,掌握生涯规划相关理论,职业发展的阶段特点,较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境和职业分类。了解就业形势与政策法规,掌握基本的劳动力市场信息;了解求职全过程以及求职安全和就业权益维护的相关知识。 能力目标: 具有自我探索技能、信息搜索与管理技能、职业生涯决策技能,人工智能工具使用技能;具有各种通用能力,如自我管理能力和人际交往能力等。能够具有简历写作和投递技巧,求职面试礼仪和应答技巧,能够具有各种通用能力,如数智素养、沟通能力和问题解决能力等。					
主要支撑培养规格: S1-S7, N1-N4					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			

1	职业目标	1. 成长赛道评审规则全景解读，树立贴合国家战略、产业需求的正确择业观 2. 自我认知系统梳理：兴趣、能力、特长、成长路径复盘与核心优势挖掘 3. 行业趋势、就业市场需求、目标岗位胜任力模型深度调研 4. 基于人岗差距分析，用 SMART 原则设定长中短期职业目标 5. 高职 3 年分阶段成长计划制定，实现岗课赛证融合
2	学习实践行动	目标岗位核心能力提升路径设计，匹配专业硬技能、通用软技能要求
3	优化改进	成长收获、不足与根因分析，制定针对性改进方案
4	赛事实战与期末考核	成长赛道生涯发展报告终稿打磨
5	职业目标	1. 就业赛道评审规则全景解读，明确求职与赛事的核心得分逻辑 2. 就业市场需求深度分析，锁定 1-2 个核心目标岗位 3. 目标岗位任职要求、工作流程、发展路径、用人偏好精准拆解 4. 人岗匹配度分析，明确核心优势与求职竞争力定位
6	岗位胜任力	1. 目标岗位专业胜任力打造：专业技能成果化呈现，解决实际问题的能力证明 2. 职业综合素质提升：沟通协作、执行力、问题解决能力、敬业奉献职业精神培养 3. 求职材料全流程制作：高匹配度简历打磨、求职作品集系统化呈现 4. 全场景面试实战：半结构化面试、无领导小组讨论、职场情景模拟全流程技巧与演练 5. 面试礼仪、心态调整与突发问题应对
7	发展潜力	1. 职场持续学习能力与创新精神培养，匹配行业长期发展需求 2. 入职后 1-3 年职业发展路径规划，明确晋升成长方向 3. 职场适应与角色转换方法，应对职场不确定性挑战 4. 就业权益全流程保护：劳动合同、薪资福利、求职陷阱防范
8	赛事实战与期末考核	就业赛道全套求职材料终稿打磨

教学要求:

1. 课程思政: 以价值引领为核心, 将职业选择与家国情怀深度融合, 通过“大国工匠”“基层奋斗者”等案例, 阐释敬业奉献、服务社会的职业精神。结合专业特点, 对接“制造强国”“乡村振兴”等国家战略, 引导学生将职业目标融入区域产业升级需求; 在规划中凸显诚信为本、服务社会的价值导向, 助力学生树立“德技并修、产教融合”的职业观。在简历制作、面试辅导中融入诚信教育, 强调求职伦理; 设置“国家重点领域就业”专题, 解读乡村振兴、科技创新等战略需求, 引导学生树立“把个人理想融入国家发展”的择业观, 在职业规划中厚植担当意识。

2. 方法手段: 采用行动导向和实践活动教学法, 依托在线开放课程和校本教材等资源实施线上线下融合为教学。将学生作为课程学习的主体, 教师是组织者、引导者、促进者、检查者, 通过引导学生主动参与、亲身实践、独立思考、合作探究, 使学生能顺利掌握课程内容。

3. 考核评价: 本课程为考查科目, 考核内容分为课堂教学考核和行动实践考核两大部分。课堂教学考核成绩为总成绩的 70%, 包括课堂出勤、课堂实训、作业完成等; 行动实践考核成绩为总成绩的 30%, 包括各就业行动的完成情况和效果。

(19) 创业教育 (上、下)

开设学期	1、2	参考学时	32	学分	2
课程目标: 素质目标: 强化创新意识: 突破思维定式, 运用创新方法解决实际问题; 提升心理素质: 在资源受限时保持韧性, 以乐观心态应对挫折; 树立社会责任感: 恪守诚信公平的商业伦理, 在创造价值中实现社会担当。 知识目标: 理解创业内涵: 创业是价值创造过程, 涵盖生存型、机会型、创新型等多元类型; 熟悉基本流程: 掌握创意萌发、机会评估、资源获取至企业开办的创业完整周期; 知晓法律红线: 明晰知识产权、合同法、劳动法及税务合规等基本规范; 了解政策环境: 熟知湖南省及高校“七个一”行动等扶持政策, 为创业实践奠定基础。 能力目标: 信息获取与工具应用能力: 能够借助互联网及 AI 工具开展信息收集与分析; 机会识别与表达能力: 能从日常专业痛点提炼创意并清晰陈述; 商业策划能力: 能运用商业模式方法梳理项目逻辑, 撰写规范计划书; 团队协作与执行能力: 能在团队中担当角色, 实现有效沟通与任务协作。					
主要支撑培养规格: S1-S7 N1-N4					
主要内容: 普适版含创业认知、环境分析等 5 模块, 普及创业常识、培养岗位创新与风险规避能力; 引领版设洞察共情等 4 模块, 聚焦数智双元能力, 培育人机共生的数智化创业					

领军人才，AI 工具贯穿教学全程。		
创业教育普适版		
序号	教学单元	教学内容
1	创业认知与生涯发展	创业内涵、湖南省“三高四新”战略和创新创业政策、创业风险规避指南
2	环境分析与机会发现	内外部环境分析、产业发展分析、客户需求分析、AI 辅助机会识别
3	产品设计与商业模式	创新思维工具、精益创业方法、核心产品设计、商业模式设计
4	团队协作与资源整合	创业团队组建、人力资源管理、创业资源获取、整合营销推广
5	项目呈现与路演实战	创业大赛解析（国创赛/金种子）、商业计划书撰写、创业路演实战
创业教育引领版		
1	洞察与共情——发现非共识机会	洞察层面借生成式 AI 扫描全网数据、生成分析报告并探寻异常点；共情层面跳出算法，结合深度访谈与 AI 分析构建用户画像；同时辨析真伪需求，深挖用户深层需要。
2	数字合伙人与极速行动——构建最小可行性产品	构建数字合伙人，明确 AI 团队角色、搭建人机协作流程；借 AI 生成产品原型与演示，通过“烟雾弹测试”结合 AI 完成 MVP 测试，获取真实反馈数据。
3	价值叙事与资源磁场——设计创业愿景	人文之韵借 AI 升维项目愿景，叙事重构以“英雄之旅”设计商业计划书、AI 润色路演稿塑个人演讲风格，资源链接用数字化工具对接资源、搭建项目人脉网络。
4	认知进化与伦理觉知	认知进化：掌握复盘策略，运用人工智能深度分析用户反馈，制定精准转型或迭代策略。伦理觉知：深度研讨科技向善案例；开展关于算法伦理的人机辩论。路演答辩：策划新产品发布会。
教学要求： 1. 课程思政：紧扣湖湘特色与数智化要求，厚植“敢为人先”的湖湘创新精神，铸牢科技向善伦理底线，培育求真务实的实干素养，涵养服务“三高四新”的家国情怀，塑造诚信合规的商业品格，实现价值引领与创新能力培养相融合。 2. 方法手段：融合案例、项目式、翻转课堂等方法，运用全景沉浸式、AI 辅助教学法，普适版重基础 AI 工具实操，引领版采用苏格拉底式 AI 探究、红蓝对抗法，结合线上		

线下混合式、校企协同教学组织形式。

3. 考核评价：本课程为考查科目，采用过程与结果结合的多元评价，普适版 60%过程评价+ 40%结果评价，对接赛事标准；引领版侧重人机协作与实战，设去数字化答辩。均引入自评互评、校外评价，设增值评价鼓励真实创业实践。

（20）第二课堂

开设学期	1-6	参考学时	\	学分	6
课程目标： 素质目标： 强化理想信念教育，践行社会主义核心价值观，树立健康成长的正确观念；开阔视野，丰富知识，实现个性发展和思想道德素质提升；产生浓厚学习兴趣和竞争意识、具备创新精神，树立“理论联系实际”的观念，热爱劳动，养成良好的劳动习惯。 知识目标： 说出第二课堂活动名称，能解析第二课堂活动参与要求；将专业知识付诸于各类社会实践。 能力目标： 能根据各类活动要求参加第二课堂活动；能通过参与活动树立理想信念、提高活动策划、问题解决、创业能力，获得各类技能证书。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S5 S6 S7 S8;Z1 Z2 Z3 Z4;N1 N2 N3 N4 N5					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	思想成长类	主要记载学生参加思政理论研究类社团，参加党校、团校学习，参加校、院团学干部培训班等专题培训，参加思想政治类专题讲座等活动的经历。			
2	实践实习类	主要包括假期社会实践活动、专项社会实践活动及其它实践实习活动。			
3	志愿公益类	主要包括支教助残、社区服务、公益环保、赛会服务、献血、义务劳动等各类志愿公益活动。			
4	创新创业类	主要包括国家级、省级、校级、院级及行业协会组织的各级各类学术科技、创新创业竞赛活动等			
5	文体活动类	主要包括国家级、省级、校级、院级组织的各级各类文化、艺术、体育、人文素养等活动。			
6	工作履历类	主要包括参加校级、院级团委和学生组织（学生会、青年志愿者协会、登记注册的社团、广播站）担任学生干部以及开展勤工助学活动等。			
7	技能特长类	主要包括在校期间通过统一组织专业技能考试或自己学习深造而			

		获得的各类专业证书。
教学要求： 1. 课程思政：通过教学，实施分层思政渗透。深化理想信念教育与新时代三农情怀，筑牢投身乡村振兴战略的价值认同；在项目式学习中培育科学家精神与企业家精神，践行“把论文写在大地上”的实践观；通过一系列特色活动，塑造“勤学善思”的学习品格、“合作共赢”的协作素养、“精益求精”的职业态度。最终形成服务区域发展的有社会责任感、直面产业变革的使命担当力的新时代青年。 2. 方法手段：本课程实践性强，学生参加“第二课堂”期间的教育成果将汇集在“第二课堂成绩单”，客观记录、认证学生参与素质教育活动的经历和成果，并作为学校人才培养评估、学生综合素质评价、社会单位选人用人的重要依据，服务于学生的成长成人成才。 3. 考核评价：学生“第二课堂成绩单”成绩采用积分换算学分方式计量，10个积分换1个学分，在校期间必须完成60个积分及以上。其中，思想成长30积分、实践实习10积分、志愿公益15积分、创新创业15积分、文体活动20积分、技能特长积分5积分、工作履历5积分，合计100个积分。学生成绩由校团委在“第二课堂成绩单系统”分学期导出，对未修满规定学分的学生及时采取学业预警、指导帮扶，毕业学期统一汇总。		

(21) 红色潇湘

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：坚定马克思主义信仰和中国特色社会主义信念，增强民族自尊心、自信心和自豪感；热爱湖南、热爱家乡，传承红色基因，弘扬湖湘精神。 知识目标：了解以毛泽东、刘少奇、彭德怀等为代表的湘籍无产阶级革命家群体对中国革命和建设的伟大贡献，深刻领悟湖湘红色精神，学习榜样精神，传承榜样力量。 能力目标：掌握科学的历史观和方法论，从湖湘红色记忆中汲取力量，提高运用马克思主义立场、观点和方法面对现实问题，做出正确的价值判断和行为选择的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	课程序言	红色文化的内涵及其价值，课程开设背景、性质，课程学习内容与要求。			
2	湘籍无产阶级革命家群体	湘籍无产阶级革命家群体的形成过程、标志及其原因。			

3	湘籍无产阶级革命家典型人物	领袖毛泽东的魅力、妇女运动先驱向警予、开国元帅彭德怀、“听风英雄”李白、“国歌之父”田汉等。
教学要求： 1. 方法手段： 以教师线下课堂讲授为主，结合实践教学和线上自主学习，通过讨论研究、实践展示、多媒体音频和视频等教学方式，提高教学的时效性。 2. 考核评价： 课程考核结合线上与线下，包括理论考核和实践成果汇报展示考核，采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式，其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%。		

(22) 中国共产党历史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标：					
素质目标： 系统的教育青年学生“学史明理”；把奋斗历程和伟大成就贯穿思政课的教学过程，以丰富的“营养剂”滋养青年学生“学史增信”；用光荣传统和优良作风彰显思政课的价值导向，以榜样的力量引导青年学生“学史崇德”；将立德树人和铸魂育人作为思政课的评价标准，以时代的召唤带动青年学生“学史力行”。					
知识目标： 深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，深刻理解中国共产党的初心和使命。了解中国共产党的发展历程，把握党在不同历史时期的重大贡献，了解党在历史上的重要会议、重要人物、重大事件，建构系统的党史知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。					
能力目标： 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国共产党在领导中国人民进行革命和建设发挥的重要作用。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	中国共产党的建立和第一次国共合作		开天辟地撑起救国大业 北伐战争掀起革命高潮		
2	土地革命战争的烽火		井冈星火开辟革命新路 长征是永恒的英雄史诗		
3	领导全民抗战和解放战争		全民抗战中的中流砥柱 打倒蒋介石解放全中国		
4	讨论实践		中国共产党为什么能？		
教学要求：					
1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和					

视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。

2. 考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的党史知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。

(23) 新中国史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 培养学生民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导和新时代中国特色社会主义思想的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人。 知识目标： 全面掌握新中国的政治、经济、文化、社会和民族等领域的历史发展；深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗的结果。了解我国历史上的重要会议、重要人物、重大事件，深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。 能力目标： 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	社会主义革命和建设时期	中华人民共和国的诞生 建立社会主义制度 探索中国自己的社会主义道路			
2	改革开放和社会主义现代化建设新时期	开辟人民共和国历史新时期 开创社会主义现代化建设新局面 确立社会主义初级阶段基本路线 改革开放和社会主义现代化建设新阶段 把改革开放和社会主义现代化建设全面推向新世纪 全面建设小康社会新阶段			
教学要求： 1. 方法手段： 以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价： 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实理论基础。					

(24) 改革开放史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
------	---	------	----	----	---

课程目标:

素质目标: 培养学生民族自豪感、自尊心和自信心;拥护党的领导和新时代全面深化改革政策的自觉性;具备认识社会、关心社会,积极投身社会实践的意识,激发学习兴趣,学会做人、学会协作,立志成为新时代中国特色社会主义改革事业的建设者和接班人。

知识目标: 全面掌握改革开放以来政治、经济、文化和社会等领域的历史发展;深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗和创新发展的结果。了解我国改革开放的重要会议、重要人物和重大事件,深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。建构系统的知识体系,为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。

能力目标: 具备一定的解读史料和经典著作的能力,学会用历史和逻辑的方法分析中国改革开放各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力,具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。

主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3

主要内容:

序号	教学单元	教学内容
1	改革开放大幕全面开启	解放思想成为改革开放先导 十一届三中全会与党的工作中心转移 调整经济政策与农村改革取得突破 推动对外开放和创办经济特区 建设有中国特色的社会主义与小康目标 加强社会主义民主法制与精神文明建设
2	改革开放在科学发展中深化	确定经济体制改革目标与基本框架 形成对外开放新态势 推进党的建设新的伟大工程 推进全面建设小康社会 实现经济又好又快发展 建设社会主义和谐社会
3	改革开放进入新时代	擘画新时代“两个一百年”奋斗目标 乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程 以供给侧结构性改革为主线推进经济高质量发展 推动中国特色社会主义政治建设深入发展 创造性繁荣社会主义文化 开创生态文明建设新局面

		以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程
教学要求: 1. 方法手段: 以教师课堂讲授为主, 自主学习为辅, 通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段, 提高教学的时效性。 2. 考核评价: 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。		

(25) 社会主义发展史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标: 素质目标: 培养学生对社会主义制度的自信心; 认识社会主义发展历史和中国特色社会主义制度的自觉性; 具备认识社会、关心社会, 积极投身社会实践的意识, 激发学习兴趣, 学会做人、学会协作, 立志成为新时代中国特色社会主义改革事业的建设者和接班人。 知识目标: 全面掌握改社会主义思想、运动和制度的产生、演变和发展的历史进程及其规律; 深刻理解苏联社会主义的兴衰启示和中国特色社会主义制度的创新和发展。了解社会主义每个发展时期的特点、事件和成就, 深刻理解为什么中国引领世界社会主义在21世纪焕发了新气象。建构系统的知识体系, 为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标: 具备一定的解读史料和经典著作的能力, 学会用历史和逻辑的方法分析世界社会主义发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力, 具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	空想社会主义的产生和发展	人类自古就有对理想社会的向往 资本主义生产方式形成与空想社会主义产生 空想社会主义的基本主张和历史地位			
2	科学社会主义的创立及其实践	马克思恩格斯早期理论和实践活动 科学社会主义的创立和完善 科学社会主义成为工人运动的主导思想			
3	社会主义从一国到多国发展与苏联模式	俄国十月革命与第一个社会主义国家建立 苏联的社会主义建设与工业化 苏联模式的形成及其特征 苏联社会主义建设成就、经验与教训			

4	中国特色社会主义开辟社会主义新纪元	开创中国特色社会主义新道路 把中国特色社会主义全面推向 21 世纪 在新形势下坚持和发展中国特色社会主义 奋力谱写社会主义现代化新征程的壮丽篇章
教学要求： 1. 方法手段： 以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价： 课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。		

(26) 马克思主义基本原理

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 具备理论联系实际的马克思主义学风，端正认识，健全人格，提高自身素质；树立科学的理想信念，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦奉献青春、智慧和力量。 知识目标： 掌握马克思主义世界观和方法论，从整体上把握马克思主义，正确认识人类社会发展的基本规律，养成科学的思维方式。 能力目标： 能够正确分析问题，拥有哲学思辨能力和服务社会的能力，能够运用马克思主义哲学思想解决实际问题。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	马克思主义观	马克思主义的创立与发展 努力学好用好马克思主义			
2	辩证唯物主义世界观和认识论	马克思主义唯物论和唯物辩证法 实践是认识的基础 认识世界是为了改造世界			
3	资本主义论	马克思劳动价值论及其当代价值 垄断资本主义的形成及发展 资本主义与经济全球化			
4	社会主义论	社会主义五百年的历史进程 认识和把握科学社会主义基本原则 在实践中探索社会主义的发展规律			

5	共产主义论	共产主义社会的基本特征 实现共产主义的历史必然性与长期性 坚定共产主义理想信念
教学要求： 1. 方法手段： 课程通过系统讲授、课堂讨论、案例分析等教学方法，将抽象理论形象化，静态知识生动化。 2. 考核评价： 课程考核为笔试；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实理论基础。		

（27）中华优秀传统文化

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 知识目标：了解中华优秀传统文化的基本内涵、发展脉络与主要内容；掌握儒家、道家等主流思想文化的基本观点与价值精髓，理解其对中国社会与民族精神的深远影响；熟悉经典诗文、传统艺术、节日习俗等代表性文化成果，形成较为系统的文化知识结构；认识中华优秀传统文化与当代社会的联系，理解其在现代生活中的传承价值与时代意义。 能力目标：具备阅读、理解与阐释中华优秀传统文化经典内容的基本能力，能准确把握文本内涵与文化精神；能够辨析、梳理传统文化现象与，形成理性看待传统文化的思维能力；提升文化表达与交流能力，能用恰当语言介绍、分享中华优秀传统文化，开展简单文化传播；初步形成文化传承与创新应用能力，能将传统文化理念与现实生活、专业学习相结合，进行简单实践与创作。 素养目标：增强文化自信与民族认同感，自觉认同、尊重、热爱中华优秀传统文化；涵养家国情怀与人文素养，树立正确的历史观、民族观、文化观；内化仁爱、诚信、自强等传统美德，提升道德修养与人格品质；培养开放包容、守正创新的文化态度，能够在传承中发展，在借鉴中创新；形成文明素养与社会责任感，以优秀传统文化涵养行为习惯，践行新时代文明风尚。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	中华优秀传统文化概述			
2	中国传统哲学	道家、儒家			
3	中国传统文学	诗词、散文、戏剧、小说			

4	中国传统艺术	书法、绘画、乐舞
5	中国传统生活	服饰文化、食文化、茶文化、节日文化
教学要求： 1. 课程思政：根据学科特点，合理设计教学活动，引导学生拓宽国际视野、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2. 方法手段：将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程，并通过设计文化交流教学活动，加强学生语言实践应用能力的培养，让学生体验传统文化的魅力。 3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评，过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%；结果性考核占学期总成绩的 40%。		

(28) 湘商文化

开设学期	1 或 2	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：在对湘商文化的精神实质的基本了解基础上，提升人格修养和文化自信，培育家国情怀和职业操守。自觉带动湘商文化的传承与发展。 知识目标：掌握湖湘文化和湘商文化内涵；了解湖湘文化浸润与湘商文化发展；熟悉湖南商业历史遗迹；感知湘商成就与创业经验；了解商帮、商会的历史与现状。 能力目标：理解并运用湘商精神分析、指导商业行为的能力；吸取湘商精英成功经验，指导学习、生活和工作的能力；语言表达能力；思辨能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	湘商源流	第一讲：湘商源流（上） 第二讲：湘商源流（下）			
2	湘商精神	第三讲：湘商精神（上） 第四讲：湘商精神（下）			
3	湘商风物与湘商精英	第五讲：湘商风物（上） 第六讲：湘商风物（下） 第七讲：湘商精英			

		第八讲：商帮与商会
教学要求： 1. 课程思政：从璀璨的湖湘文化中汲取养分，从漫长的湘商历史中找寻渊源，引导学生坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2. 方法手段：通过线上线下混合式教学。课上通过信息化教学资源优化教学过程，课后通过学习通平台推送视频及相关资源，引领学生感受湘商校园文化，拓展迁移环节拓展学习时空，达成有效教学，加深学生对湘商文化内涵的理解，以文化人，提升商科学生的综合素质。 3. 考核评价：本课程考核采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核占学期总成绩的 60%，包括平时作业、课堂活动、听课笔记、到课情况、学生互评等；结果性考核占学期总成绩的 40%，采用试卷考查方式，其中理论知识占 80%，拓展知识占 20%，由任课教师使用学习通题库组卷。		

(29) 大学语文

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：通过引导学生感受、领悟语言文字的巨大魅力，激发学生的想象力与创造力，倡导学生的独立精神与合作意识，培育和滋养其健全的人格与社会社会责任感。 知识目标：掌握语言文字，了解文史知识，将语言能力、文史知识、文化文明常识等内容贯穿于名篇名著的理解和赏析之中。 能力目标：正确理解与运用祖国语言文字的能力。进一步获得直觉思维、形象思维、逻辑思维和创新思维等能力。培养审美发现与鉴赏能力。提升文化传承和创新能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	大学语文的性质与内容 学习大学语文的意义			
2	诗词	（1）唤醒诗心，重拾妙音——《诗经》选读；（2）悬崖上的独吟曲——《楚辞》选读；（3）田园诗派的鼻祖——陶渊明；（4）大唐盛世的铮铮傲骨——李白；（5）时代的弃儿，历史的宠儿——杜甫；（6）不合时宜的文坛全才——苏轼；（7）深闺才女的悲喜人生——李清照；（8）天上痴情种，人间富贵花——纳兰性德；			

3	散文	(1) 史家之绝唱，无韵之离骚——《史记》选读；（2）山水的知己——柳宗元
4	小说	（1）魏晋轶事小说的集大成之作——世说新语；（2）封建末世的贫穷公子——曹雪芹；（3）苍凉的手势——张爱玲
教学要求： 1. 课程思政： 根据学科特点，合理设计教学活动，引导学生热爱祖国、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2. 方法手段： 将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程，并通过设计文化交流教学活动，加强学生语言实践应用能力的培养，让学生体验传统文化的魅力。 3. 考核评价： 采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括课堂出勤、课堂纪律、课堂发言、原典背诵、读书笔记、课后作业、小论文或学习汇报 PPT 等，过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%；结果性考核占学期总成绩的 40%。		

（30）应用文写作

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 提升高职学生服务区域经济发展的责任意识，强化诚信守法、公平公正的职业理念和务实作风，弘扬爱岗敬业的劳动价值观，培养家国情怀与行业使命感。 知识目标： 通过学习掌握“必需”的应用文写作的基本理论和基础知识，使学生具备能熟练主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的各类常用应用文书。 能力目标： 通过常见应用文的案例分析和写作训练，培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识应用文写作及事务文书	应用文写作概述及条据、计划、总结、演讲词、求职信、倡议书、感谢信慰问信介绍信证明信、消息、合同的写作			
2	公务文书写作	党政机关公文概述、请示、函、会议通知、通报的写作			

教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。

1. 课程思政：有意识地引导学生关注社会时政、发现应用文写作的价值，提高对语言文字的敏感度；通过具体的写作任务使学生学会在应用文写作中坚持正确的政治态度和对国家、社会的情感态度，培养学生的家国情怀和正确的社会责任感，把握好应用文写作的主题。

2. 方法手段：采用任务导向、案例分析和写作训练培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，激发学生的自主学习能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。

3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式，全面、客观地评价学生的学业状况。过程性考核包括出勤、平时作业、课堂表现等，过程性考核的成绩占学期总成绩的 50%；结果性考核占学期总成绩的 50%。

(31) 经济数学

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 具有乐观积极的态度、具有社会责任感、具有学习品格、合作意识、数学表达、创新思维等核心素养，形成实事求是的工作作风。。 知识目标： 掌握函数极限的定义和极限的运算法则，理解函数连续的定义；掌握一元函数微积分的基本概念、基本理论、基本运算和典型应用。 能力目标： 具有一定的运算能力、逻辑推理能力、抽象概括能力、综合运用所学知识分析和解决问题的能力、运用工具的能力和自学能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N3)					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	函数、极限与连续	代数基础知识、函数的概念与性质、经济函数模型的建立、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性			
2	一元函数微分学	导数的概念、导数的运算、函数的微分及微分在近似计算中的应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、利用导数求最值、曲线的凹凸性与拐点、导数在经济分析中的应用			
3	一元函数积分学	定积分的概念及性质、不定积分的概念及性质、微积分基本公式、换元积分法、定积分的应用			

教学要求：

1. 课程思政：树立坚定的理想信念、培养深厚的爱国情感和中华民族自豪感；培养爱岗敬业的职业精神和团队合作精神；培养数字化意识与认真严谨的数学思维。

2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。

3. 考核评价：采用过程性评价与理论性考核评价相结合（各占 50%）的方式。过程性评价考核学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。理论性考核评价应基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。

（32）高等数学

开设学期	1 或 2	参考学时	64	学分	4
课程目标：					
素质目标：强化数学在信息技术领域的应用意识，树立严谨、实事求是的科学态度及精益求精的职业精神。让学生的数学表达、协作沟通、创新思维等核心素养有一定发展。 知识目标：理解极限、导数、积分等概念。掌握求极限、导数、积分的基本方法。熟悉导数与积分的应用，了解其在计算机图形学中的曲线拟合、算法复杂度分析等应用。 能力目标：具有一定的计算与建模、抽象概括、综合运用所学知识分析和解决问题的能力，提升自学能力和知识迁移能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 S5 S8 Z1 N1 N3					
主要内容					
序号	教学单元	教学内容			
1	微积分的研究对象及工具 (函数、极限与连续)	函数的概念与性质、初等函数、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性			
2	一元函数微分学	导数的概念、求导法则、微分及其应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、函数的最值及应用、函数图形的描绘			
3	一元函数积分学	不定积分的概念及性质、不定积分的换元积分法、不定积分的分部积分法、定积分的概念及性质、微积分基本公式、定积分的积分法、定积分的应用			

教学要求：

1. 课程思政：通过数学史案例（如刘徽割圆术）与专业场景（如算法伦理）融入，强化工匠精神与职业责任感。结合动态课件展示辩证思维，挖掘微积分发展中的文化自信，引导学生将数学能力与社会责任结合，培养家国情怀与创新意识。

2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。

3. 考核评价：采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。

（32）美育

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 通过感悟艺术美育的价值，寓思想品德教育于美育之中使学生树立较高文化审美意识，建立完整的文化思想体系和自觉传承优秀传统文化等核心素养。 知识目标： 掌握美的本质内涵，了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征。较为全面的掌握各个艺术门类的渊源发展和主要审美特征。 能力目标： 能够运用美的观念和基本方法，感知生活美学、鉴赏艺术经典，探寻职业之美。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S4 S5 S7 Z5 N1					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	美育基础概论（导论模块）		美育内涵解析、审美能力培养路径、艺术评价标准体系、数字时代的审美变迁		
2	音乐艺术解码		音乐语言密码、中西音乐史精要、乐器家族图谱、跨界音乐鉴赏		
3	身体叙事与舞蹈美学		舞蹈语言学、世界舞蹈地图、舞蹈影像分析		
4	曲艺文化基因库		曲艺形态学、方言艺术密码、非遗传承创新、脱口秀文化对比		
5	设计思维工坊		设计进化论、材料叙事实验、国潮设计解码、智能设计前沿		

6	视觉艺术密码	绘画语法系统、艺术流派盲盒、城市视觉考古、影像叙事实验
7	书法时空剧场	书体基因工程、笔墨元宇宙、现代书写革命、书法治疗学
8	综合审美实践（跨学科模块）	艺术策展模拟、文创产品开发、数字艺术创作、审美批判训练
教学要求： 1. 课程思政： 将立德树人贯穿课程始终，坚持以美育人。普及和传播艺术美育丰富的内涵、探究艺术的渊源与发展、讲述各个艺术门类的典型美学特征，总结提炼中华美学精神，全方位多角度揭示中国传统艺术与世界经典艺术，以纲要的形式展示美育的底蕴。 2. 方法手段： 线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3. 考核评价： 采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用美学素养解决问题的能力。		

（34）口才与沟通

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 知识目标： 理解言语交际的心理素质、思维素质、倾听素养；掌握有声语言、态势语言的技巧；掌握演讲、求职、人际、职场等常见场景的沟通方法；掌握所学专业对应职业岗位典型工作情境的口头沟通要求，掌握岗位口头沟通基本技巧。 能力目标： 能用标准普通话进行交流表达与诵读作品，表达清晰、流畅、规范；能够合理运用有声语言、态势语言技巧，做到表达得体、条理清晰、富有感染力；能根据不同沟通场合、沟通对象，选择并运用恰当的沟通方式与表达技巧；能够在所学专业典型职业岗位情境中，运用口头沟通技巧解决实际沟通问题。 素养目标： 品味汉语言表达魅力，传承优秀语言文化，增强文化自信与语言认同感；在小组交流、合作训练中，学会尊重包容、互助协作，树立团队合作意识；通过职场情境模拟与沟通实践，养成严谨细致、理性得体、规范负责的职业素养；借助经典作品诵读与表达训练，厚植家国情怀，增强服务地方、奉献社会的责任与担当。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		

1	绪论	口才与沟通概述
2	语言基础模块	普通话基础及训练、口才常用方法训练、诵读训练
3	演讲口才模块	命题演讲、即席演讲、辩论演讲
4	职业沟通模块	人际沟通、求职面试沟通、职场沟通（所学专业典型职业岗位场景沟通）
教学要求： 1. 课程思政：结合口才与沟通课程的实践属性，合理设计教学活动，引导学生拓宽职业视野、坚定文化自信，树立正确的世界观、人生观与价值观，厚植爱国主义情怀与民族自豪感，涵养诚信友善、爱岗敬业、客观公正的职业素养，实现语言能力提升与价值引领的同向同行。 2. 方法手段：将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项核心素养贯穿教学全过程，通过职场沟通模拟、主题演讲、经典诵读、文化交流等实践活动，强化学生语言应用能力，让学生在表达实践中感受语言文化魅力，践行“学做一体、知行合一”。 3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式；过程性考核（占比 60%）：涵盖听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评及小组协作任务完成情况，重点评价学生语言实践能力、诚信沟通意识与团队协作素养。结果性考核（占比 40%）：以岗位沟通模拟、主题演讲、综合表达展示等形式开展，全面考核学生在典型职业场景下的综合沟通能力与职业素养。		

（35）商务礼仪

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：培养认真负责的工作态度和良好的敬业精神；增强团队合作意识与沟通能力；塑造优雅气质，提升对美的感受和欣赏力。 知识目标：了解礼仪的起源与发展，掌握商务礼仪的含义、特点、作用和基本原则；掌握商务人员仪容、仪表、仪态礼仪的基本规范和要求；掌握商务交往中的会面、接待、拜访、通信等日常交际礼仪。 能力目标：具有判断商务场合下各种行为是否规范的能力；能够根据不同商务场合正确设计个人形象的能力；能够正确运用商务人员日常交际礼仪；能够进行商务接待、拜访活动的策划与实施。					

主要支撑培养规格：S1 S2 S7 Z4 N1 N2 N3		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	商务礼仪概说	了解礼仪的概念、起源及原则等
2	商务人员形象礼仪	掌握商务活动中仪容、仪态、服饰及言谈礼仪的规范要求
3	商务人员日常交际礼仪	掌握见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪和馈赠礼仪的规范要求
教学要求： 1. 课程思政：通过商务礼仪实训，引导学生传承中华礼敬美德，将“尊重、谦和、诚信”内化为个人修养。在形象塑造、商务接待等任务中，培育精益求精的工匠精神与职业规范意识。使学生成为中华优秀传统文化的自觉传承者，在日常商务活动中展现新时代中国青年的良好形象。 2. 方法手段：本课程实践性强，基于《商务礼仪》在线开放课程平台丰富的学习任务清单、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，按照企业实际的商务活动的工作任务、过程和情境组织课程教学，通过启发引导、情境模拟、角色扮演、案例分析等教学方法，使学生掌握综合运用的技巧，迅速缩短与实际岗位的距离，从而使学生的职业能力在训练中得到不断强化与巩固提高。 3. 考核评价：考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 70%，终结性考核成绩占 30%。借助超星学习通，有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察，小组作品展示采用教师现场点评、学生线上匿名互评的方式，既能提高学生的课堂活动参与度，又便于学生了解现在的不足并看到明显的进步，从而提高了学习的积极主动性。		

(36) 人工智能应用基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
------	---	------	----	----	---

课程目标： 素质目标： 具备人工智能视野和批判性思维；具备科技自信、社会责任的人文素养；具备创新探索、求真务实的科学素养；具备精益求精、团队合作的职业素养。 知识目标： 了解人工智能概念及人工智能伦理观念，了解人工智能核心技术及场景应用，掌握 AI 写作、绘画、音视频创作等技能，掌握 AI 办公工具矩阵并运用 WPS 进行优化。 能力目标： 具有组合运用 AI 技能分析和解决问题的能力；具备一定的创新与设计能力；具备洞察 AI 产业动态与未来发展方向，支持个人职业规划的能力。		
主要支撑培养规格： S1 S2 S3 S4 Z2 Z6 N1 N2 N3 N4		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	基础知识	人工智能的发展、主要技术、应用场景；提示工程与技巧；人工智能伦理。
2	AI 在视觉领域的应用	AI 与图像生成；AI 与语音生成；AI 与视频生成；数字人创作；
3	AI 在办公场景的应用	AI 辅助生成文档并编辑；AI 辅助表格计算及数据可视化；AI 辅助生成演示文稿并优化。
4	综合实践	AI 辅助制作创意视频（文案、图片、音乐等） AI 辅助制作调研报告（文档、数据表、演示文稿）
5	考查	知识与应用相结合
教学要求： 1. 课程思政： 注重润物无声的方式培养学生智能素养，厚植爱国主义情怀，增强科技自信与责任感，培养创新探索精神，提升学生综合素质。 2. 方法手段： 依托超星学银在线教学平台，采用线上+线下混合式教学；理论与实践相结合，强调课程内容与专业实践，职场需求的对接；综合运用项目式教学、翻转课堂、开放式讨论等多种教学方法进行课程教学。 3. 考核评价： 本课程为考查课程，采用过程性考核（45%）与终结性考核（50%）、增值性评价（5%）相结合的方式，突出考察应用能力与创新思维。		

（37）信息技术素养

开设学期	1 或 2	参考学时	48	学分	3
------	-------	------	----	----	---

课程目标:		
素质目标: 引导学生自主探索,动手实操,能够举一反三,灵活运用所学知识寻找并解决学习和生活中遇到的各种问题,具备诚实守信、信息安全意识。 知识目标: 了解计算机基础知识,掌握信息检索方法、WPS Office 办公软件的应用,了解新一代信息技术、信息素养与社会责任等知识。 能力目标: 具有信息检索与获取能力、对信息的真实性、时效性等进行合理评价的能力、熟练使用 WPS 办公软件的能力。		
主要支撑培养规格: S1 S3 S4 Z6 N1 N3 N4		
主要内容:		
序号	教学单元	教学内容
1	探索信息时代——计算机基础	走进信息时代、认识信息系统、熟悉操作系统、了解操作系统的文件管理系统。
2	快速获取信息——信息检索	了解信息检索、检索学的二十大精神学习资料、使用搜索引擎精确检索数据。
3	打造精品文档——WPS 文字	制作“中国脊梁”、“中国人·飞天梦”学生信息档案表及二十大精神学习资料等文档。
4	高效处理数据——WPS 表格	制作特色农产品销售情况表,处理表格数据,对表格数据进行整理及可视化操作。
5	提高说服力——WPS 演示文稿	制作反诈宣传演示文稿,对演示文稿进行美化与设计。
6	提高生产力——新一代信息技术	了解新一代信息技术相关概念,了解新一代信息技术的特点及应用。
7	提升素养——信息素养与社会责任	了解信息素养、了解信息技术的发展史及伦理要求。
教学要求:		
1. 课程思政: 培养学生的家国情怀、社会责任与伦理教育、网络安全与法治教育、创新思维与实践能力和职业道德与工匠精神等。 2. 方法手段: 依托超星学银在线教学平台采取“线上+线下”混合教学模式,利用机房的极域广播软件进行屏幕分享及操作演示,利用项目式学习、任务驱动和翻转课堂等教学方法,充分利用人工智能等信息技术与课程教学进行深度融合。 3. 考核评价: 本课程采用过程性评价和期末考试相结合的方式,强化实践性教学环节的全过程管理,期末考试包括理论知识和动手实操两方面的内容。过程性考核(平时成绩)		

和期末考试成绩各占 50%。

3.专业基础课程描述

说明：各专业根据教学进程表对专业基础模块课程依序进行准确描述。

(1) 企业经营管理

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标：					
素质目标： 培养创新意识与批判思维，树立优秀管理思想和本土企业文化自信，养成团结合作的职业品质。					
知识目标： 了解管理系统的基础知识，熟悉管理思想，掌握管理职能。					
能力目标： 能进行计划与控制，组织与协调沟通，领导与激励，学习创新等工作。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S9 Z1 Z7 N1 N3 N9 N28					
主要内容： 管理系统的基础知识，包括管理的概念、属性，管理体系构成、管理职能、古典理论、管理理论发展等；管理思想，包括管理思想的演进过程、最新趋势，管理原理、组织文化等；计划、组织、领导、控制的概念、类型、地位、作用、方法步骤等的知识。					
序号	教学单元	教学内容			
1	管理初步认知	认知管理概念，识别管理与管理者。			
2	管理思想的发展	认知管理思想，识别中西方管理思想的发展历程。			
3	管理原理与方法	认知管理原理，运用管理方法。			
4	计划控制职能	认知计划与控制职能的原理，撰写工作计划、商业计划书、控制方案。			
5	组织与协调职能	认知组织与协调的原理，设计人事组织方案，设计协调方案。			
6	领导与激励职能	认知领导与激励的基本原理，设计企业员工激励方案。			
7	学习与创新职能	认知学习与创新的基本原理，设计企业员工学习培训方案，设计营销或管理创新方案。			

教学要求:

1. 课程思政: 本课程思政包括管理与法律常识、责任意识和爱国情怀、文化自信、唯物辩证思想与批判精神、正确认识自我和外部环境,积极向上的人生规划、服务意识、树立正确的价值观、创新精神与工匠精神。

2. 方法与手段: 理论与实践性结合,基于《管理学基础》在线开放课程平台丰富的项目任务、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源,采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式。

3. 考核评价: 借助超星学习通,有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察,过程考核 70%,期末考试占 30%。

(2) 连锁经营管理

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标:					
素质目标: 培养学生坚定拥护中国共产党领导和社会主义制度,践行社会主义核心价值观,具有深厚的爱国情感和民族自豪感;树立严谨的工作作风与创新意识,培养遵纪守法、爱岗敬业的职业素养,成为连锁行业德才兼备的建设者。					
知识目标: 掌握连锁经营的内涵、特征及发展历程,熟悉零售业态分类与特征;理解连锁企业组织结构设计原则,具备战略规划与运营管理的基本知识。					
能力目标: 能分析连锁经营模式优劣势,设计连锁企业组织架构与运营体系;能运用商品采购、价格策略、促销手段等技能解决实际经营问题。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S9 Z7 Z8 Z9 N3 N9 N28					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识连锁经营	连锁经营起源、特征、类型及发展趋势;中国连锁经营发展史			
2	连锁企业组织结构	总部、门店、配送中心组织设计原则;团队协作与责任意识培养			
3	连锁经营战略	市场定位、竞争策略、品牌建设;案例分析(如华为、老字号企业战略)			
4	区域扩张与选址评估	商圈分析、选址模型;实地调研本地连锁企业选址策略			
5	商品采购与配送管理	采购流程、供应链优化;绿色物流与可持续发展案例			
6	营销策略	4P 理论应用、促销方案设计;消费者权益保护			
7	信息管理系统	POS/MIS 系统操作;数字化转型与信息安全			
8	人力资源管理	招聘、培训、绩效考核;团队建设与员工权益保护			
9	财务管理	成本控制、财务分析;反贪腐与合规经营案例			
10	特许连锁经营	特许经营模式解析;合同法律风险防范			

教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。

1. 课程思政：融入中国连锁企业发展案例，强化民族品牌自信；通过诚信经营、合规管理等专题讨论，培养职业道德与法治观念。

2. 方法手段：采用案例教学、企业实地调研；运用超星平台开展线上任务驱动学习。

3. 考核评价：过程考核（30%）：出勤、课堂研讨、实训报告；期末考核（70%）：开卷考试（侧重案例分析）。

（3）市场营销

开设学期	1	参考学时	64	学分	4
课程目标： 素质目标： 具有以需求为导向、创造客户价值的市场观；具有诚实、守信、遵法的营销职业道德；具有市场竞争、营销创新意识；具有爱国、敬业、进取、负责的工作态度。 知识目标： 熟悉营销观念；掌握营销环境、消费者分析、竞争对手分析的方法、工具；理解目标市场营销战略；掌握产品、价格、渠道、促销等组合营销策略。 能力目标： 具有市场环境分析能力；具有目标市场分析与选择能力；采取合适的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略能力。					
主要支撑培养规格： S11 S13 Z7 Z10 N11 N24 N29					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识市场营销	市场营销概述与顾客价值，营销观念，营销组合，战略规划与营销管理			
2	营销环境分析	宏观环境分析，行业环境分析，竞争分析，消费者分析，内部条件分析，SWOT 分析			
3	寻找目标市场	市场细分，选择目标市场，市场定位			
4	制定产品策略	产品概述与新产品开发，产品组合策略，产品品牌与包装策略，产品生命周期策略			
5	制定价格策略	影响定价的因素，定价目标，定价方法，价格策略			
6	制定渠道策略	分销渠道概述，渠道系统与成员，渠道选择与管理			
7	制定促销策略	促销组合，人员推销，广告，公共关系，营业推广策略			
8	营销组织的建设与管理	营销组织设计，营销组织职能，管理营销团队			

教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。

1. 课程思政：在教学过程中，融入诚信、以仁待人，良性竞争、合作共赢相结合，质量为本与工匠精神，敬业、守法与创新等人格的塑造。

2. 方法手段：采取理论讲授、案例分析、比较分析、团队学习、任务导向、成果演示、线上线下融合等相结合的教学模式。

3. 考核评价：采取过程考核与结果考核相结合的考核方式。过程考核包括课堂参与、研讨与演示，线上资源学习，作业等，占 50%；结果考核为期末考试，占 50%。

(4) 经济学基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养理性经济思维、职业道德与社会责任感，树立诚信意识、成本效益观念及可持续发展理念。 知识目标： 掌握微观经济学（价格理论、弹性理论、市场结构）与宏观经济学（国民收入核算、经济政策）核心理论，理解市场失灵与政府干预机制。 能力目标： 能运用经济学原理分析现实经济现象（如价格波动、消费行为），制定企业经营策略，评估宏观经济政策效果。					
主要支撑培养规格： S1 S3 S4 Z1 Z7 Z4 N1 N6 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识经济学	经济学发展简史；经济学产生前提；经济学解决的基本问题；微观经济学与宏观经济学的含义；经济思维方式。			
2	把握价格内在规律	需求理论；供给理论；均衡理论；弹性理论。			
3	学会理性消费	效用理论概述；边际效用分析法；无差异曲线分析法。			
4	探知企业经营策略	生产要素与生产函数；短期生产函数；边际收益递减规律；短期生产决策；成本与成本函数；短期成本的分类；短期成本曲线（短期成本分析）；短期成本决策；利润最大化原则市场结构类型；完全竞争市场的条件与厂商的需求曲线与收益曲线；完全竞争厂商的短期均衡的条件和特征。			
5	认知市场失灵与政府干预	市场失灵与政府干预经济职能；垄断；公共物品；外部性；不完全信息与市场失灵。			
6	了解国民经济核算与收入决定	GDP 的含义及核算方法；两部门、三部门、四部门国民收入的决定；总需求的构成；乘数理论。			
7	感知宏观经济发展	经济周期的概念与类型；经济周期的成因分析；经济发展的内涵；经济增长的源泉；经济增长与经济发展的区别和联系；失业定义及其分类；失业的治理；通货膨胀定义及其成因；通货膨胀对财富分配的影响。			
8	理解宏观经济政策	财政政策的定义；国家财政的构成；财政政策的运用；货币政策的定义；货币的分类及银行体系；货币政策工具；货币政策的运用；宏观经济政策的协调运用。			

教学要求： 1. 课程思政： 结合“双十一价格战”“垄断案例”等思政素材，强化诚信经营、公平竞争与社会责任意识。 2. 方法手段： 采用案例教学（如“滴滴收购Uber”分析）、任务驱动（企业策略制定）、小组竞赛（市场结构模拟）提升实践能力。 3. 考核评价： 平时成绩（课堂参与、作业）占30%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占70%，侧重理论应用与批判性思维。
--

（5）习近平经济思想概论

开设学期	根据各专业开设情况而定	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 深刻体悟习近平经济思想对我国经济发展的重大指导意义与现实伟力，进一步增强“四个自信”；塑造正确的经济观、国情观、发展观；自觉将个人发展融入国家现代化建设，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴贡献智慧与力量。 知识目标： 系统掌握习近平经济思想的基本概念、核心理论与实践应用；深刻领会习近平经济思想的精神实质、丰富内涵与实践要求。 能力目标： 能运用习近平经济思想的立场、观点与方法，科学认识和分析经济发展进程中的现实问题与理论课题，提升对社会主义经济建设规律的理解能力和实践研判能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论	1. 习近平经济思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分 2. 习近平经济思想是中国共产党不懈探索社会主义经济发展道路形成的宝贵思想结晶 3. 习近平经济思想为丰富发展马克思主义政治经济学作出重要原创性贡献 4. 习近平经济思想是推动我国经济高质量发展的科学指南 5. 习近平经济思想的鲜明特征 6. 学好用好习近平经济思想的重大意义			
2	第一章 以经济建设为中心 扎实推进中国式现代化	1. 中国式现代化是强国建设、民族复兴的唯一正确道路 2. 我国进入新发展阶段 3. 为中国式现代化提供更加坚实的经济基础			

3	第二章 加强党对经济工作的全面领导	1. 我国经济发展的根本保证 2. 把制度优势转化为治理效能 3. 提高党领导工作的能力和水平
4	第三章 坚持以人民为中心的发展思想	1. 人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标 2. 在发展中保障和改善民生 3. 扎实推动全体人民共同富裕
5	第四章 坚持和完善社会主义基本经济制度	1. 坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展 2. 坚持按劳分配为主体、多种分配方式并存 3. 坚持和完善社会主义市场经济体制
6	第五章 全面深化改革开放	1. 改革开放是大踏步赶上时代的重要法宝 2. 经济体制改革是全面深化改革的重点 3. 坚定不移扩大高水平对外开放
7	第六章 完整准确全面贯彻新发展理念	1. 新发展理念是我国经济发展的指导原则 2. 崇尚创新、注重协调、倡导绿色、厚植开放、推进共享 3. 把新发展理念贯彻到经济社会发展全过程各领域
8	第七章 构建新发展格局	1. 把握未来发展主动权的战略部署 2. 深刻把握构建新发展格局的重要着力点 3. 准确把握国内大循环和国内国际双循环的关系
9	第八章 推动高质量发展	1. 高质量发展是新时代的硬道理 2. 坚持以推动高质量发展为主题 3. 统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革
10	第九章 加快发展新质生产力	1. 高质量发展需要新的生产力理论来指导 2. 新质生产力本质是先进生产力 3. 健全因地制宜发展新质生产力体制机制
11	第十章 加快建设现代化产业体系	1. 实体经济是一国经济立身之本、财富之源 2. 推进新型工业化 3. 不断做强做优做大数字经济 4. 构建现代化基础设施体系 5. 坚定不移走中国特色金融发展之路
12	第十一章 推动城乡融合发展	1. 走中国特色新型城镇化道路 2. 推进乡村全面振兴 3. 走城乡融合发展之路
13	第十二章 促进区域协调发展	1. 构建优势互补高质量发展的区域经济布局

	展	2. 深入实施区域协调发展战略、区域重大战略和主体功能区战略 3. 发展海洋经济
14	第十三章 倡导普惠包容的经济全球化	1. 经济全球化是人类社会发展的必经之路 2. 引导经济全球化朝着正确方向发展 3. 高质量共建“一带一路”
15	第十四章 统筹发展和安全	1. 强化底线思维、防范化解重大风险 2. 坚持高质量发展和高水平安全良性互动 3. 维护重点领域经济安全
16	第十五章 做好经济工作的方法论	1. 坚持稳中求进工作总基调 2. 坚持系统观念 3. 坚持目标导向和问题导向相结合

教学要求：

1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，采用主题研讨、原著导读、时事研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等多元化教学方式和手段，增强教学的实效性。

2. 考核评价：课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。过程性评价贯穿教学全过程，**平时成绩占 40%，期末成绩占 60%**。过程性评价内容包括课后作业含习题、文献阅读报告）、阶段性测验、课堂表现（含讨论参与、问题回答、案例分析、实践分享）及考勤等，注重考查学生对习近平经济思想核心要义的基本把握，运用其立场观点方法初步分析中国经济现实问题的能力及学术诚信表现。

考试形式	考查内容	考查方式	分值
期末考试	课程教学内容	闭卷考试	60
平时作业、小测验等	作业、知识检测等	平时作业、随堂测验或线上测试	30
课堂表现	课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度	教师综合评定	5
出勤	到课情况	考勤记录	5

（6）数字营销

开设学期	2	参考学时	32	学分	2
------	---	------	----	----	---

课程目标:		
素质目标: 培养数字营销创新意识、法律意识与职业道德, 树立社会主义核心价值观, 强化数据安全与社会责任。		
知识目标: 掌握数字营销内涵、消费者行为分析、用户画像构建、新 4C/4D 模型, 熟悉 APP/小程序/社群/直播等营销工具及新零售数字化转型逻辑。		
能力目标: 能构建用户画像与精准营销, 独立完成 APP 推广、社群运营、直播策划, 撰写数字营销方案并评估效果。		
主要支撑培养规格: S4 S13 Z10 Z11 N4 N24-N26 N29		
主要内容:		
序号	教学单元	教学内容
1	数字营销基础概述	掌握数字营销基础的内涵; 理解数字营销基础的发展。
2	数字营销基础新理念	了解数字营销基础思维; 掌握新 4C 法则; 掌握 4D 营销模型。
3	新零售与数字营销基础	了解零售业的发展历史、现状及趋势; 掌握新零售内涵及与传统零售的区别; 理解新零售与数字化转型或数字营销基础的关系。
4	数据中台与零售数字化转型	理解数据和大数据时代; 了解数据中台的内涵、优势; 了解数据中台和零售数字化转型的关系; 了解构建数据中台的相关知识。
5	数据应用与精准营销	了解新零售数据类型; 了解新零售数据应用场景; 掌握通过挖掘用户数据构建用户画像、实施精准营销策略的方法。
6	社会化媒体营销	社会化媒体的概念和类型; 微信公众号营销的优势, 微信公众号营销方法和策略, 公众号的运营, 完成公众号的账号注册和信息发布推广; 微信小程序营销的优势, 微信小程序营销的方法和策略, 能运用小程序进行引流; 微博营销的作用、应用策略和技巧, 完成微博账号的注册和信息发布推广; 社群营销的好处、营销社群的运营规则技巧, 完成创建社群并推广; 社交营销实践。
7	移动营销	App 分类、优点及 App 营销途径、特点; App 营销策略和活动形式; 推广 App 的方法。短视频营销定义、类型、价值、方法、策略、反思和完成账号注册与信息发布; 二维码营销定义、发展历程、形式、营销价值、策略; 移动营销实践。
8	直播营销	了解直播营销的内涵、优势和常见模式; 掌握直播营销的操作流程; 直播营销实践。
9	网红营销	网红经济内涵及网红经济的新商业变局; 网红营销的优势与价值; 网红营销策略。
10	搜索引擎营销	搜索引擎营销概念; 搜索引擎优化网页分析内容; 搜索引擎竞价推广概念; 竞价推广优势与规则; 搜索引擎营销方式; 搜索引擎营销基本流程; 关键词优化、网页 SEO 方法及网站 SEO 实施步骤; 竞价推广营销实施步骤。
11	推荐引擎营销	内容推荐原理、过程和规则; 推荐引擎广告营销概念特点; 推荐引擎广告排名规则; 内容优化实施方法; 推荐引擎广告受众定向及设置广告内容创意方法; 推荐引擎广告投放流程; 推荐引擎应用程序推广方法; 推荐引擎落地页推广方法; 推荐引擎线下门店推广方法。
12	数字营销基础综合运用	能综合运用社交媒体、移动营销、直播营销等开展连锁企业数字营销基础。

教学要求：

1. 课程思政：通过“数据隐私保护案例”“诚信营销警示”强化法律意识，结合“湖湘文化创新精神”融入社会责任教育。

2. 方法手段：采用任务驱动（如社群运营实战）、案例分析（企业数字营销方案）、小组协作（直播策划项目），结合多媒体工具与线上平台（如超星）开展混合教学。

3. 考核评价：平时成绩（课堂参与、实践操作）占 30%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 70%，侧重策略应用与方案设计能力。

（7）AI 新媒体文案创作

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 具有用户思维、创新意识、内容责任意识和职业规范意识；具有诚实守信、尊重原创、依法合规使用 AIGC 工具的职业伦理；具有良好的团队协作意识、沟通表达能力和持续学习能力；能够在新媒体文案创作中体现品牌意识、审美意识和数据意识。 知识目标： 理解 AIGC 的基本概念、应用场景和使用规范；掌握新媒体文案的特点、类型和发展趋势；熟悉 AIGC 辅助文案写作的基本流程，掌握 AI 文案生成与优化方法；掌握不同类型及平台文案写作要求。 能力目标： 具有运用 AIGC 工具开展信息检索、用户分析、卖点提炼、创意生成和文案写作的能力；具有设计提示词并生成、筛选、改写、润色和优化文案的能力；具有完成多类型文案创作与综合传播实践的能力。					
主要支撑培养规格：S1、S2、S3、S4、S9、Z13、Z18、N2、N4、N10、N13、N14、N17					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	认识 AIGC 时代下的新媒体文案		AIGC 的含义、发展历程、应用场景和使用规范；新媒体文案的概念、特点、类型及岗位能力要求。		
2	AIGC 辅助新媒体文案写作的基本思路		AIGC 工具选择、提示词设计、文案生成方法，以及文案润色、改写、仿写、续写和扩写。		
3	AIGC 辅助写文案前的准备工作		写作目的确定、用户需求分析、文案主题与风格确定、文案创意激发。		
4	AIGC 辅助撰写文案的不同部件		文案标题、大纲、正文开头、正文结尾、内容细节、情感元素和语言风格写作。		

5	AIGC 辅助撰写不同类型的文案	产品文案、品牌故事、活动文案、海报文案、营销软文等内容的写作与优化。
6	AIGC 辅助撰写不同平台的文案	微信、微博、小红书、短视频、直播等平台文案的写作要求、表达方式和内容优化。
7	提升 AIGC 新媒体文案写作素养	前沿技术应用、数据思维、跨媒介表达能力、用户洞察能力和内容创新能力提升。
8	品牌新品上市宣传文案综合实训	围绕新品上市任务，完成用户调研、卖点提炼、软文写作、社媒文案、短视频脚本、直播话术和多平台推广。
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：在教学过程中，融入诚信创作、依法合规、尊重原创、隐私保护和算法伦理等内容，引导学生正确认识 AIGC 的辅助价值与使用边界，避免虚假宣传、侵权使用和过度依赖 AI。 2. 方法手段：采取理论讲授、案例分析、工具演示、任务驱动、项目实训和成果展示等教学方式，突出“需求分析—提示词设计—内容生成—人工优化—效果验证”的完整流程训练。 3. 考核评价：采取过程考核与结果考核相结合的方式。过程考核包括课堂参与、工具操作、项目任务、线上资源学习等，占 50%；结果考核以期末综合项目考查为主，占 50%。考核重点包括需求分析、提示词设计、文案质量、平台适配性、营销价值和职业规范。		

4.专业核心课程描述

(1) AI 通识与零售应用

开设学期	2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：培养学生对人工智能技术的好奇心与学习兴趣，树立“技术赋能零售”的现代商业意识；增强科技伦理与社会责任感，理性看待 AI 对零售就业的影响；培养跨领域沟通意识，能够与技术人员进行基础对话。 知识目标：了解人工智能的基本概念、发展历程及主要技术分支（机器学习、计算机视觉、自然语言处理）；掌握 AI 在零售行业典型场景中的通用应用模式（智能推荐、销量预测、无人零售、智能客服、动态定价等）；理解 AI 项目落地所需的数据基础、基本流程及常见风险。 能力目标：能识别零售业务中适合引入 AI 的常见场景；能使用 AI 辅助工具（如对话式 AI、AI 绘图工具）生成零售营销文案或简单视觉素材；能分析零售 AI 案例的优劣并提出初步改进想法；能撰写简短的 AI 应用观察报告。					

主要支撑培养规格：S5 S6 S12 Z12 N1 N23 N27		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	AI 是什么——零售人为什么需要懂 AI	人工智能的定义、发展历程（三次浪潮与主要标志性事件）；AI 的核心三要素（数据、算法、算力）及其在零售中的体现；零售业 AI 应用全景图（前台顾客交互、中台运营管理、后台供应链协同）；AI 对零售岗位（店长、采购、陈列、客服等）的重塑趋势与“人机协作”新模式。
2	AI 如何“看懂”零售世界——计算机视觉入门	计算机视觉的基本原理（图像识别、物体检测、人脸识别）；客流统计与热力图生成的技术逻辑；货架识别与商品缺货自动检测；无人零售技术方案对比（Amazon Go、云拿、智能货柜）；视觉 AI 在门店安防、顾客行为分析中的应用。
3	AI 如何“听懂”顾客——自然语言处理入门	自然语言处理的基本概念（语音识别、语义理解、情感分析）；智能客服机器人的工作原理与应答流程；用户评论的自动情感分析（好评/差分级及关键词提取）；语音下单与智能导购的技术实现；多语言翻译在跨境零售中的应用。
4	AI 如何“推荐”与“预测”——机器学习入门	监督学习与无监督学习的通俗解释（以销量预测和顾客分群为例）；推荐系统的原理（协同过滤、基于内容的推荐、关联规则）；销量预测的基本模型（时间序列、回归分析）；动态定价与促销优化的算法逻辑；机器学习模型的局限性与常见误区。
5	零售 AI 落地实战——从数据到决策	零售数据资产的类型与质量要求（POS 数据、会员数据、摄像头数据、线上行为数据）；AI 项目典型流程（问题定义→数据准备→特征工程→模型选择→训练评估→部署→监控）；成本效益分析与可行性评估框架（ROI 估算、试错成本）；AI 项目失败常见原因（数据不足、业务理解偏差、组织抗拒等）。
6	AI 伦理与零售未来	数据隐私保护（《个人信息保护法》对零售 AI 的限制）；算法偏见与公平性问题（如价格歧视、推荐偏差、人脸识别的种族偏差）；AI 对零售就业的影响（哪些岗位可能辅助、哪些可能转型、哪些新岗位诞生）；负责任 AI 的设计原则（可解释、透明、可追溯）；零售 AI 未来趋势（生成式 AI、多模态模型、边缘计算等）。
教学要求： 1. 课程思政：通过“大数据杀熟”“AI 换脸诈骗”等反面案例，强化科技向善、守法经营的价值观；结合“我国 AI 零售应用领先世界”（如刷脸支付、无人店规模），增强民族自豪感；引导学生理解 AI 是工具而非神话，培养脚踏实地、理性创新的职业态度。 2. 方法手段：采用课堂讲授（70%）+ 案例研讨（20%）+ 体验式展示（10%）。讲授时以生活化比喻解释 AI 原理，避免数学公式与编程代码；精选国内外零售 AI 典型案例（瑞幸发券、优衣库 RFID+AI、盒马智能推荐）进行课堂分析；利用免费 AI 工具（文心一言、百度 AI 体验中心）进行现场演示或学生手机体验，不要求编程。每单元结束时简要提示本概念与后续课程（如《零售数据分析》《门店数字化运营》）的衔接点。 3. 考核评价：平时成绩（50%）+ 期末开卷考试（50%）。		

平时成绩：课堂参与（10%）+ 小组案例分析报告（20%）+ 个人 AI 应用观察短文（20%）。

期末开卷考试：题型包括选择题、简答题、案例分析题，侧重 AI 基本概念、零售应用场景识别及伦理分析，不考算法细节与计算。。

（2）新媒体运营实务

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
素质目标： 培养学生岗位职业道德，遵守新媒体运营行业规范与条例准则，培养学生理解、沟通、协调、组织和创新等职业意识，培养学生人际交往和团队协作精神。					
知识目标： 了解新媒体的类型、特点和发展趋势，掌握微信、微博、短视频、社群的操作和应用，掌握新媒体运营实务的策划、推广与运营，熟练运用新媒体运营实务方式。					
能力目标： 能根据不同新媒体传播的特点，选择恰当的新媒体媒介开展营销活动，具备策划营销推广活动的能力，具备撰写科学可行的全媒体营销策划方案书的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 S8 S12 Z9 Z14 N13 N14 N16 N17 N27					
主要内容： 说明：对接新媒体运营岗位能力、“互联网营销师”等新职业和数字营销（1+X）等级证书、市场营销技能大赛，深化岗课赛证融通，基于国货新媒体运营实务推广项目，按照新媒体运营实务工作过程，从易到难、由单一到综合，循序渐进，重构课程教学内容，包括微信营销、微博营销、短视频营销、直播营销、社群营销全媒体营销 6 个项目，逐级提高学生技能。。					
序号	教学单元	教学内容			
1	新 媒 体 运 营 实务认知	①新媒体的概念、类型、发展趋势；②新媒体运营实务的概念和优势。③新媒体运营实务模式；④新媒体运营实务常用思维方法。			
2	微信营销	①公众号命名；②公众号菜单设置；③公众号图文编辑；④文案写作与优化；⑤公众号吸粉推广；⑥公众号运营成果展示。			
3	微博营销	①微博内容策划；②微博营销技巧；③微博营销成果展示；			
4	短视频营销	①短视频内容策划；②短视频创作；③短视频推广；④成果展示。			
5	直播营销	①直播营销策划；②直播脚本撰写；③引流推广；④成果展示。			
6	社群营销	①社群组建与管理；②社群营销方法；③社群营销成果展示。			
7	全 媒 体 营 销 策划	①全媒体方案策划；②全媒体策划方案优化；③全媒体营销活动成果展示。			
教学要求： 1. 课程思政：培养爱岗敬业、百折不挠、甘于奉献、敢想敢做的创新精神和精益求精的工匠精神，培养脚踏实地、吃苦耐劳的劳动精神和诚实守信的职业道德，树立文化自信，提升民族自信心和自豪感。 2. 方法手段：采取案例教学、课堂讨论、分析比较、小组作业、实践演练、汇报展示、项目运营等多种形式进行教学。利用多媒体课件、视频资源、在线开放课程资源、数字营销操作平台、直播实训室等教学手段和实训设备开展教学，增加课堂信息量，增加学生操练实践机会，提高课堂教学效率和教学效果。 3. 考核评价：由理论知识（35%）、实践技能（45%）、职业素养（10%）、道德表现					

（10%）四部分构成，评价依据为课前作业（5%）、课堂表现（20%）、汇报展示（20%）、课后测试（3%）、实践表现（15%）、项目运营（30%）、团队合作（7%），全过程考核学生学习情况。

（3）品类管理实务

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 具备新零售背景下品类管理过程中与时俱进、开拓创新精神以及强烈的成本与效益意识；培养学生在品类评估、品类目标制订时实事求是的精神；培养学生在品类策略确定时的大局意识；培养学生在品类战术制定过程中与供应商良好的合作意识与契约精神；培养学生在高效的商品定价与高效的商品促销时诚实守信的美德；提升品类管理创新与优化意识。 知识目标： 掌握品类管理的概念与流程；理解品类定义概念及其影响因素；掌握品类角色的定位方法；熟悉商品销售、利润、库存、品类发展趋势、市场与竞争对手以及供应商等方面的评估指标；掌握品类策略概念，熟悉品类策略与品类角色、品类评分表、门店策略的关系；掌握五大品类战术。 能力目标： 培养学生品类定义的能力、品类角色定位能力、品类评估能力、以及制定品类目标和选择品类策略的能力；能够熟练掌握并运用品类管理的五大战术，即对分管品类能够进行商品组合优化，能够进行空间效率分析与空间布局规划优化，能够进行价格优化；能够提出品类促销策略，制定简单的促销方案，分析执行结果；能够进行简单的补货计算，并对补货策略提出改进建议，从而促进品类管理在连锁企业内部的具体实施。					
主要支撑培养规格： S12 S13 Z9 Z10 N12 N16 N23 N29					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	课程导入：品类管理认知	品类管理的历程；品类管理的概念；品类管理对零售业的意义；注册品类管理师工作内容。			
2	模块一：品类定义与品类角色	商品组织结构表的制定；商品组合的单品配置；品类角色定位。			
3	模块二：品类评估与品类评分表	品类评估；品类目标制定。			
4	模块三：品类策略	品类策略的确定；策略向战术的转化。			
5	模块四：品类战术制定	（1）高效的商品组合；高效的空间管理；高效的商品定价；高效的商品促销；高效的供应链管理。			
6	模块五：品类管理实施与回顾	品类管理实施；品类管理回顾。			

教学要求:
1. 课程思政: 结合“沃尔玛-宝洁合作案例”，强化诚信经营与零供协同意识，融入“高效促销中的消费者权益保护”警示。
2. 方法手段: 采用案例分析（如品类战术失败案例）、任务驱动（商品结构优化设计）、小组竞赛（模拟品类管理项目）提升实践能力。
3. 考核评价: 平时成绩（课堂参与、作业）占 30%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 70%，侧重策略应用与实操能力。

(4) 门店营运与管理实务

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标：					
素质目标：培养服务意识、团队协作、成本控制与创新精神，树立诚信经营、爱岗敬业的职业道德，强化抗压与应变能力。					
知识目标：掌握门店营运管理理论、岗位职责与流程，熟悉商品陈列、库存管理、销售策略及损耗控制方法，理解顾客服务与数据分析的核心知识。					
能力目标：能完成商品陈列、排班制表、单据填写、盘点分析，制定促销方案，处理顾客投诉，优化商品结构与价格策略，具备店长岗位所需的综合管理能力。					
主要支撑培养规格：S10 S11 S12 S13 Z8 Z9 N12-N22 N24-N26					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	门店营运认知	连锁门店业态类型（便利店、标超、生鲜店等）；营运管理的内容（人、货、场、财）；营运标准化的重要性。门店典型组织架构（店长、主管、店员）；各岗位职责与任职要求；岗位说明书编写方法。开店流程（卫生、设备、商品）、营业中流程（服务、补货、收银）、闭店流程（结算、安全检查）；营运流程图绘制。			
2	门店环境管理	卖场布局原则（动线设计、磁石点、冷热区）；出入口设计；通道宽度与货架高度。商品陈列原则（黄金视线、纵向陈列、关联陈列、先进先出）；价格标签与 POP 管理；货架空间分配。灯光（色温、照度）、音乐（风格、音量）、温度、气味；POP 海报设计与书写；顾客体验提升技巧。			
3	门店人员管理	人员需求测算（基于工时、客流）；招聘渠道与面试技巧；新员工培训内容（企业文化、技能、安全）。排班原则（高峰覆盖、工时控制、员工偏好）；排班表制作；工时效率分析（人效）。绩效考核指标（KPI：销售额、人效、服务评分）；激励方式（物质/精神、短期/长期）；晨会与夕会激励技巧。团队发展阶段（形成、震荡、规范、执行）；沟通技巧（倾听、反馈、冲突处理）；门店会议组织（班前会、周例会）。			
4	顾客服务管理	服务意识的内涵；仪容仪表标准；服务用语与行为规范（迎宾、导购、送客）。顾客购买心理过程（AIDA 模型）；探询需求的话术（开放式/封闭式提问）；主动推荐技巧。投诉类型（质量、价格、服务态度）；处理程序（倾听、道歉、解决、跟进）；危机公关原则（快速、真诚、统一）。会员制度设计；客户回访。			

		与满意度调查；复购激励手段（积分、优惠券、生日关怀）。
5	门店商品管理	影响需求的因素（季节、促销、天气）；预测方法（移动平均、经验法）；订货量计算（最高库存-现有库存）。库存分类（ABC法）；安全库存与最高库存；仓储管理（先进先出、温湿度、保质期检查）；库存周转率。盘点方法（永续盘点、定期盘点）；盘点差异分析（盘盈/盘亏）；损耗原因（盗窃、验收错误、变质）及防损措施。
6	门店销售管理	销售目标制定原则（SMART）；目标分解方法（按时间、按品类、按员工）；销售预测与预算。标准销售流程（迎宾-探询-推荐-成交-售后）；连带销售技巧；收银台附加推销。成交信号识别；成交技巧（假设成交、二选一）；连带销售策略（互补品、高价替换）；客户档案建立与维护。
7	门店绩效评估	平衡计分卡（BSC）框架；门店核心 KPI（销售额、毛利、人效、客单价、损耗率、顾客满意度）。财务报表基础（利润表、现金流量表简版）；销售数据分析（ABC 分析、同比环比、趋势图）。顾客满意度调查结果分析；神秘顾客报告解读；运营指标（缺货率、收银速度、排班达成率）。复盘方法论（回顾目标、评估结果、分析原因、总结规律）；PDCA 循环；制定改进计划表。

教学要求：

1. 课程思政：融入“诚信经营案例”（如某超市保质期管理被罚）、“员工责任担当”（沃尔玛员工培训体系）、“公平招聘”、“诚实盘点”等素材，强化职业道德与团队协作意识。

2. 方法手段：采用情景模拟（投诉处理、招聘面试）、任务驱动（排班表制作、促销方案设计、盘点实操）、案例分析（损耗控制、数据分析）提升实操能力。利用模拟货架、POS 机、价签等教具。

3. 考核评价：平时成绩（课堂参与、实践操作）占 30%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 70%，侧重流程规范与策略应用能力。

（5）零售数据分析与应用

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养数据敏感性和保密意识，增强基于数据表达零售管理中的问题意识，养成零售数据分析习惯，培养学生数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神。 知识目标： 掌握零售数据分析的基本思路和常用方法，掌握销售目标的制定与追踪方法，掌握顾客数据分析的方法与技巧，掌握商品数据分析的方法技巧，掌握运营数据分析方法技巧，掌握零售数据处理与展示方法与技巧，掌握零售数据分析报告撰写方法技巧。 能力目标： 能对零售数据分析有基本认知，具备数据分析思维；能熟练操作 EXCEL 进行分析；能根据数据进行销售预测，目标制定和目标分解；能对顾客数据和会员数据进行分析；能对商品采购、销售和供应环节数据进行分析；能对运营数据进行分析；能对零售数据进行汇总、处理、展示；能撰写零售数据分析报告。					
主要支撑培养规格： S4 S13 Z10 Z11 N4 N20-N22 N23-N29					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			

1	零售数据分析概述	零售数据分析认知；零售数据分析基本思路；零售数据分析常用方法。
2	EXCEL 基本技能	EXCEL 基本认识；EXCEL 常用统计分析函数；EXCEL 数据清洗与筛选；EXCEL 数据汇总统计。
3	零售目标制定与追踪	销售预测；目标制定；目标分解；销售追踪。
4	顾客数据分析	购物者数据分析；会员数据分析。
5	商品数据分析	商品采购环节数据分析；商品销售环节数据分析；商品供应环节数据分析。
6	运营数据分析	运营数据分析认知；网店流量管理数据分析；网店客服绩效考核数据分析；网店订单管理数据分析；网店客户管理数据分析。
7	零售数据处理与展示	数据汇总；数据处理；数据图表制作；水晶易表认知；零售数据处理实训；零售数据展示实训。
8	零售数据分析报告	零售数据分析报告的概念；零售数据分析报告的分类；零售数据分析报告的结构与内容。

教学要求：

- 课程思政：**通过“数据伦理案例讨论”“诚信经营分析”融入职业道德教育，结合“社会责任”主题探讨数据应用边界，强化数据安全与职业操守意识。
- 方法手段：**采用项目驱动（如销售目标分解实训）、任务教学（EXCEL 数据处理实战）、案例分析（企业真实数据报告解读），结合多媒体工具与分组协作提升实操能力。
- 考核评价：**平时成绩（课堂参与、实践操作）占 50%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 50%，侧重数据报告撰写与分析应用能力。

（6）客户服务与管理

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养职业道德、诚信品质、服务意识与社会责任感，强化尊重客户、遵纪守法的职业态度。 知识目标： 掌握客户服务理论、礼仪规范、沟通技巧、投诉处理流程及网络客服技能，熟悉服务创新与安全管理知识。 能力目标： 能优化服务流程、解决客户投诉、设计创新服务方案，具备形象管理、应急处理及数据分析能力。					
主要支撑培养规格： S11 S12 Z7 Z11 N11 N21 N22					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识客服	识别客户；识别优质客户；识别客服职业；经典客服案例分析。			
2	客户服务礼仪	仪容；仪表；仪态；客户电话服务礼仪；名片使用礼仪。			
3	客户服务中的沟通技巧	沟通基础知识；身体语言的运用；微表情；察言观色；倾听技巧；提问技巧；有效沟通的语言；说的技巧，服务话术；沟通技巧的课堂实训。			

4	客户服务技巧	服务意识和态度；服务心理与品格；客户服务与管理中的基本接待技巧；客户的需求分析：理解和挖掘客户需求、满足客户需求和期望的技巧；微笑服务；赞美技巧；如何拒绝客户；课堂实训：不同行业和业态服务技巧案例分析。
5	不同类型的顾客服务技巧	不同异议类型的客户服务技巧；棘手客户的服务技巧；不同个性特征的客户服务技巧；不同行为模式的客户服务技巧；不同做事风格、不同社交行的客户分类及服务技巧；不同销售氛围、不同气质类型、不同行业客户分类及服务技巧。
6	服务创新	客服满意度；超值服务的内容：顾问式服务，服务个性化；服务人性化，服务体验化、服务科技化；服务理念创新。
7	客户投诉的处理技巧及综合训练	客户投诉的原因：识别投诉；有效处理客户投诉的意义；投诉处理的原则；投诉处理的步骤；投诉带来的危机处理；熟悉技能抽查顾客投诉处理方案标准，撰写投诉处理方案。
8	网络时代的客服	网络客服的概念、特征、优点、缺点；几大有代表性的电商网站服务特色；电商新秀：如直播带货、毒等创新网络服务特色。
9	客服中的安全知识	各种急救知识；各种安全防范知识。
教学要求： 1. 课程思政： 通过课程思政活动，强化社会主义核心价值观与职业道德教育。 2. 方法手段： 采用情景模拟（如投诉处理角色扮演）、案例分析（如海底捞服务案例）、小组项目（服务创新设计）提升实践能力。 3. 考核评价： 平时成绩（课堂参与、实践操作）占 50%，期末笔试（理论+案例分析）占 50%，侧重技能应用与创新思维。		

（7）门店数字化运营

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养数字化思维与数据敏感度，树立运用数字技术提升门店运营效率的创新意识；增强信息安全与数据伦理意识，遵守相关法律法规；培养跨部门协同意识和持续学习新技术的职业素养。 知识目标： 掌握门店数字化运营的基本概念、技术框架与应用场景；了解客流分析系统、智能 POS、电子价签、自助收银等智能设备的原理与功能；掌握 O2O 全渠道运营（线上订单、门店自提、即时配送）的基本流程与逻辑；掌握会员数字化管理体系（标签体系、精准营销、RFM 模型）的理论基础；理解基于数据的门店运营决策方法（销售预测、智能补货、动态定价、排班优化）。 能力目标： 能够分析门店客流数据并提出动线优化建议；能够设计 O2O 订单履约流程并识别异常处理要点；能够运用 RFM 模型进行会员分层并策划精准营销活动；能够使用数据分析工具（Excel、BI 看板）完成门店运营数据报表并提出初步优化方案；能够撰写门店数字化运营提升方案。					
主要支撑培养规格： S5 S9 Z9 Z10 Z11 N20 N22 N23 N24 N27 N28					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			

1	认识门店数字化运营	数字化运营的内涵与发展趋势；门店数字化的技术架构（智能硬件、SaaS 系统、数据中台）；数据采集伦理与合规要求。
2	客流与动线数字化分析	客流统计设备原理（红外、AI 摄像头）；热力图生成原理；顾客动线分析模型；基于数据的动线优化策略。
3	O2O 全渠道运营管理	全渠道模式类型（线上下单、门店自提、即时配送）；O2O 中台系统功能架构；订单履约流程设计；异常订单处理机制。
4	商品与库存数字化运营	智能补货模型（基于销售预测）；动态定价策略；库存周转率与呆滞品预警；电子价签与自动调价原理。
5	会员数字化管理与精准营销	会员标签体系构建方法；RFM 模型原理与应用；精准营销渠道（微信、短信、社群）与效果评估指标（打开率、转化率）。
6	数据驱动的排班与绩效管理	人效分析指标；基于客流预测的智能排班逻辑；员工任务数字化派发与电子巡店系统。
7	门店数据看板与运营决策	核心运营指标（销售额、客单价、连带率、缺货率、复购率）；数据可视化方法；数据异常诊断与改进策略。
8	门店数字化运营方案设计	门店数字化成熟度评估方法；数字化工具选型原则；运营流程再造与成本效益分析；综合案例研讨（如盒马、瑞幸、优衣库）。

教学要求：

1. 课程思政：结合《个人信息保护法》等法规，引导学生合法合规使用消费者数据，树立数据伦理意识；通过“数字化助力乡村振兴门店”等案例，融入科技报国、服务民生的价值观；强调数字化运营中的诚信经营与信息真实。

2. 方法手段：采用课堂讲授+案例分析+小组研讨为主的教学方法。利用多媒体课件讲解理论框架，穿插典型企业案例（如瑞幸的数字化门店、优衣库的 RFID 应用）进行课堂讨论；组织学生分组完成小型数字化运营方案撰写；邀请企业数字化运营人员线上分享经验，增强理论与实践结合。

3. 考核评价：平时成绩（50%）+ 期末闭卷考试（50%）。

平时成绩：课堂参与（10%）+ 小组研讨与方案展示（20%）+ 课后作业（20%）。

期末闭卷考试：包括理论知识、案例分析题，侧重考察数字化运营概念、模型应用及方案设计能力。

（8）采购与配送实务

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：树立合规经营、诚信履约的职业理念，具备较强的责任意识、安全意识与成本意识；恪守采购、配送岗位职业道德，弘扬工匠精神与吃苦耐劳的劳动精神；具备良好的团队协作、沟通协调与抗压能力；树立数据思维、全局思维以及人机协作意识，坚守岗位纪律与行业规范。 知识目标：掌握连锁企业采购、配送的基本概念、运作模式与全流程作业标准；熟悉供应商开发、评估、管理以及采购洽谈、合同管理相关知识；掌握仓储管理、订单分拣、货物装卸、线路规划、车辆调度等专业知识；了解采购配送相关法律法规、安全规范以及数字化系统、智能设备应用知识。					

能力目标： 能够独立完成采购需求分析、采购计划编制与订单处理工作；具备供应商对接、商务洽谈、采购异常处置能力；熟练开展入库、盘点、分拣、出库、末端配送等实操作业；能够运用采购配送数字化系统完成数据统计、分析与报表制作；具备配送路线优化、车辆调度及各类现场问题应急处理能力。		
主要支撑培养规格：S2、S4、S5、S6、S7、S8、S9、S12、S13、Z2、Z5、Z8、Z11、Z12、N2、N3、N4、N8、N10、N11、N20、N24		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	采购与配送行业认知	讲解连锁行业采购与配送的地位、发展现状与趋势；介绍岗位设置、工作职责、职业素养及相关法律法规、安全管理规范。
2	商品采购基础与需求分析	学习采购分类、采购模式、基本作业流程；结合销售、库存数据开展市场调研与采购需求测算。
3	采购计划与订单管理	掌握采购计划编制方法，学习订单下达、跟进、变更、撤销等全流程操作，开展订单实操训练。
4	供应商开发与管理	学习供应商筛选、考察、评估流程；开展商务洽谈、议价模拟；掌握供应商考核、维护与动态管理方法。
5	采购合同与到货验收	讲解采购合同核心条款、风险防控要点；学习商品到货验收、质量检验、异常商品处理流程。
6	仓储与库存管理作业	讲解配送中心布局、商品分区存储规则；实操商品入库、上架、保管、盘点、库存管控等工作。
7	分拣、复核与出库作业	学习摘果式、播种式分拣方式；开展拣货、复核、包装、单据制作、出库交接等实操训练。

8	配送运输与线路	讲解车辆调度、货物装载规范；学习配送路线规划、末端配送、逆向物流、冷链配送相关知识与实操。
9	采购配送数字化应用	实操采购、WMS、TMS 等管理系统；学习数据录入、查询、统计、分析及报表制作技能。
10	采购配送综合项目实训	依托连锁企业真实项目，完成采购、仓储、分拣、配送全流程综合实训，处理各类现场异常问题。
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：融入诚信经营、廉洁自律、依法合规、安全生产等思政内容，强化商业伦理、职业操守与责任意识；结合湘商文化案例，传承经世致用、务实担当的精神；在团队实训中培养吃苦耐劳、团结协作的品质。 2. 方法手段：采用理论讲授、案例分析、岗位模拟、现场观摩、任务驱动、项目实训等教学方式，依托校内仓储配送实训室、数字化管理平台以及合作企业资源，推行理实一体化教学。 3. 考核评价：采取过程考核与结果考核相结合的方式。过程考核包括课堂参与、技能实操、小组任务、线上学习、作业完成等，占 50%；结果考核以综合项目、岗位实操考核为主，占 50%。考核对接 1+X 证书、行业岗位标准与技能竞赛要求，重点考核专业技能、职业素养与问题解决能力。		

5.专业拓展选修课程描述

（1）连锁门店开发与设计

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：具有积极向上的学习热情和较好的艺术审美素养；培养良好的团队协作意识、创新意识和服务意识。 知识目标：掌握门店选址的重要性和程序、商圈选择的准则；掌握连锁门店 CI 设计的目的、意义和方法；连锁门店内外部整体设计；掌握连锁门店商品布局与陈列的相关原理，商品布局与陈列的原则和方法；掌握连锁门店开业的基本内容，并了解开业庆典的各项准备工作。 能力目标：能根据商圈调查撰写选址报告，并进行选址优劣分析；能对连锁门店外部进行设计，包括店名、店标、招牌和橱窗设计；能对连锁门店内部进行设计，包括卖场通道与服务设施、照明与色彩设计、声音、气味和通风设施设计、卖场 POP 广告的设计。能独立完成连锁门店的开业仪式、促销策划、店庆活动的策划工作。					

主要支撑培养规格： S13 Z9 Z11 N22 N27-N28		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	门店筹备计划制订	门店筹备工作分析；区分不同业态与业种门店筹备工作。
2	连锁门店位置确定	门店选址工作准备；门店区域市场选择；门店商业区域选择；门店具体位置选定。
3	连锁门店 CIS 设计	连锁门店企业形象；连锁门店 CIS 设计。
4	连锁门店外部环境设计	连锁门店店面设计的原则与风格；连锁门店建筑物外观及周围环境设计；连锁门店店名、店标、招牌与橱窗设计。
5	连锁门店卖场内环境设计	连锁门店卖场整体设计；卖场通道设计；卖场服务设施设计；照明与色彩设计；声音、气味和通风设施的设计；卖场 POP 广告的设计。
6	连锁门店商品陈列设计	连锁门店商品配置策略；连锁门店商品陈列原则与区域；连锁门店日杂货陈列技巧；生鲜品陈列技巧。
7	连锁门店商品组合设计	连锁门店商品组合设计概论；连锁门店商品货源组织设计；连锁门店商品价格设计。
8	连锁门店开业设计与推广策略	连锁门店开业设计；连锁门店推广策略。
教学要求： 1. 课程思政：通过“老字号品牌案例”弘扬诚信经营，结合“门店安全设计”强调职业道德，融入湖湘文化创新精神。 2. 方法手段：采用案例分析（如星巴克选址策略）、任务驱动（商圈调研报告撰写）、项目教学（门店设计实战）提升实践能力。 3. 考核评价：平时成绩（课堂参与、实践操作）占 50%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 50%，侧重方案设计与实操能力。		

（2）茶艺与茶文化

开设学期	3	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：传承传统茶文化，修炼品性。培养爱岗敬业，遵纪守时、认真负责，严格执行操作规范的职业素养；培养学生的团结协作、互帮互爱的团队意识；培养学生勇于开拓、积极进取的创新意识。 知识目标：了解茶文化、茶艺的内涵，熟悉中华茶文化发展轨迹，掌握六大茶类的分类依据与加工工艺特点，熟悉茶叶的品质审评内容和品质鉴别、茶叶的营养保健特性、茶具茶水鉴赏选择，掌握鉴赏茶叶和科学饮茶的技巧。 能力目标：具备一定的茶叶鉴赏能力，能够区分六大茶类，能够科学、灵活调配泡茶三要素，泡好日常生活用茶，能运用茶艺与顾客进行沟通、进行茶叶的销售。					
主要支撑培养规格： S7 Z5 Z7 N6 N7					

主要内容:

本课程以茶艺师和茶叶销售工作任务与职业能力分析结果为依据,以茶艺分类,六大茶类的冲泡技巧,璃杯泡法、盖碗泡法、紫砂壶泡法茶艺流程与技术,茶艺服务接待中的礼仪、礼节与接待艺术为基本内容。以理论加实操为教学手段,能灵活运用茶艺展示与顾客进行沟通,进行茶叶的销售。

序号	教学单元	教学内容
1	六大茶类的冲泡技巧	璃杯泡法、盖碗泡法、紫砂壶泡法茶艺流程与技术
2	茶艺服务接待	茶艺服务接待中的礼仪、礼节与接待艺术
3	茶叶销售技巧	客户沟通和促销

教学要求:

- 1. 课程思政:** 通过理论讲授和案例分析融入热爱中华茶文化、弘扬茶文化的意识,树立爱岗敬业、诚实守信、热情服务的职业态度等思政内容。
- 2. 方法手段:** 主要教学场所为茶艺室,理论加实操为教学手段。
- 3. 考核评价:** 课程考核方式为理论考试+实操+平时成绩。

(3) 人力资源管理

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标:					
素质目标: 促进学生树立现代连锁企业“以人为本”的人力资源管理理念以及服务与效益意识; 培养学生团队组织与精诚合作意识, 提升战略风范与大局意识; 强化劳动合同、职业安全法律意识。					
知识目标: 了解有关人力资源管理的基本原理和方法, 熟练掌握连锁企业人力资源规划、组织架构与人员配备、招聘、培训、绩效、薪酬和劳动关系管理、激励理论、职业生涯规划以及特殊关系管理的方法和操作规程, 为毕业后参加连锁企业经营管理实践奠定“管人”的理论基础。					
能力目标: 能进行连锁企业组织架构与连锁企业门店的人员配备; 能进行工作分析与人力资源需求预测; 提出连锁企业门店的招聘、录用、培训; 能运用不同的激励理论对连锁企业门店进行绩效管理与薪酬福利设计; 能进行员工劳动合同管理, 处理劳动争议; 能进行员工职业生涯的模拟设计; 能进行连锁企业员工人际关系管理、员工冲突管理、压力管理以及离职管理; 全面提升学生规划、组织、协调、控制、沟通与写作能力。					
主要支撑培养规格: S2 S9 Z7 Z11 N5-N7 N27-N28					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	连锁企业人力资源管理概述	连锁企业人力资源管理概述; 连锁企业人力资源管理的基本框架; 现代人力资源管理与传统人事管理的区别。			
2	连锁企业人力资源规划	连锁企业人力资源规划概述; 连锁企业人力资源需求预测; 连锁企业人力资源供给预测; 连锁企业人力资源供求平衡。			
3	连锁企业工作分析	连锁企业工作分析概述; 连锁企业工作分析程序; 连锁企业工作分析方法; 连锁企业工作说明书。			

4	连锁企业组织结构与岗位设计	连锁企业组织结构；影响连锁企业组织结构设计的因素；连锁企业组织结构的基本模式；连锁企业的组织架构。
5	连锁企业人力资源招聘管理	连锁企业员工招聘概述；员工招聘；员工选拔；员工录用；员工招聘评估。
6	连锁企业人力资源培训管理	连锁企业员工培训管理概述；培训需求分析；培训计划设计；员工培训组织实施；员工培训效果评估。
7	连锁企业员工绩效管理	连锁企业员工绩效管理概述；员工绩效计划制定；员工绩效管理实施；员工绩效评估；员工绩效反馈。
8	连锁企业薪酬管理	连锁企业薪酬管理概述；薪酬体系设计；员工福利管理。
9	连锁企业员工劳动关系管理	连锁企业员工劳动关系管理概述；劳动合同管理；劳动争议处理；员工民主管理；员工职业安全管理。
10	激励理论	内容型激励理论；过程型激励理论；行为改造型激励理论。
11	连锁企业员工职业生涯管理	连锁企业员工职业生涯管理概述；员工职业生涯管理理论；员工个人职业生涯管理；连锁企业组织职业生涯管理。
12	连锁企业员工特殊关系管理	连锁企业员工人际关系管理；冲突管理；压力管理；离职管理。
教学要求： 1.课程思政： 融入社会主义核心价值观、劳动法规案例，强化职业道德与法治意识（如劳动争议处理）。 2.方法手段： 采用案例教学、任务驱动、小组协作（模拟企业项目），结合信息化资源（视频、超星平台）增强实践性。 3.考核评价： 平时成绩（出勤、讨论、作业、德育）占 50%，期末开卷考试占 50%，注重过程与德育素养结合。		

(4) 零售管理实务

开设学期	4	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养高职学生从事零售行业一线岗位工作所需能力与技能，树立科学管理理念，熟悉中外零售经营业态及其业务发展趋势。 知识目标： 掌握零售业态及分类、熟悉零售业态发展；掌握影响零售战略制定的因素以及零售战略的选择；掌握与零售相关的选址、门店组织架构、门店设计；掌握商品管理、商品采购与定价、促销的基本原理和方法，连锁经营与网络零售的内容。 能力目标： 具备从事零售业的分析、策划、分析能力及解决商品采购、促销及顾客服务中困难的沟通能力。					
主要支撑培养规格： S12 S13 Z9 Z11 N12-N22 N24-N26					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	走进销售职业	如何成为专业销售人员；面对销售中的伦理和社会责任；竞争销售管理岗位。			
2	销售过程管理	销售准备；关系销售。			
3	销售规划与设计	销售计划；销售预测；销售配额；销售预算。			
4	销售区域管理	销售区域划分与设计；销售区域业务管理；销售网络成员管理。			
5	销售组织建设	销售组织设计；销售组织职能；销售团队的高效运作。			

6	销售人员的甄选、培训与薪酬	销售人员的甄选；销售人员的培训；销售人员的薪酬。
7	销售人员的激励与绩效考评	销售人员的行为和动机分析；销售人员的激励；销售人员的绩效考评。
8	销售货品管理	订货、发货与退货管理；终端管理；窜货管理。
9	客户关系管理	客户关系管理概述；客户的商业价值分析；客户信用管理。
10	销售服务管理	销售服务策略；销售服务质量。
11	销售分析与评估	销售额分析；销售费用分析；销售效率分析。
12	销售管理的新趋势	网络销售管理；销售数据库的构建与应用；系统集成销售管理。

教学要求：

1. 课程思政：通过“销售职业操守案例”强化诚信意识，结合“服务案例”（如海底捞服务）培养职业道德，融入湖湘文化“经世致用”精神。

2. 方法手段：采用任务驱动（如销售计划制定）、情景模拟（客户沟通演练）、项目教学（零售管理方案设计），结合多媒体案例分析提升实践能力。

3. 考核评价：平时成绩（课堂参与、作业）占 50%，期末开卷考试（理论+案例分析）占 50%，侧重策略应用与问题解决能力。

（5）电子商务应用

开设学期	4	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 增强利用现代网络技术进行营销业务创新与资源整合意识，提升信息化素养，培养用心尊重他人、不断激励自我，以及吃苦耐劳的匠人精神、良好的服务精神，培养团队合作意识和敢于创新的工作态度。 知识目标： 了解 B2C 电子商务、B2C 电子商务、B2B 电子商务等电子商务主要表现形式，了解网上创业的知识，了解电子商务风险的识别与防范基本方法，懂得电子商务的技术、金融、物流基础知识，掌握电子商务的知识、概念、定义、原理以及基本运作方法。 技能目标： 能利用网络收集与分析信息，能够利用网络对企业网站进行推广，能够对给出的企业进行电子商务应用策划，懂得利用网络进行个人网店创业。					
主要支撑培养规格： S4 S13 Z10 Z11 N4-N6 N24-N29					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	电子商务概述	电子商务的产生与发展；生活中的电子商务；电子商务基础知识；电子商务的作用与影响。			
2	电子商务市场分析	电子商务的框架；C2C；B2C；B2B。			
3	电子商务技术基础	网络技术；安全技术与法律；移动电子商务技术。			
4	网上支付	网上支付简介；网上支付方式及特点；网上银行与第三方			

		支付方式。
5	网络营销	网络商务信息搜索。
6	电子商务与物流配送	电子商务与物流的关系；电子商务物流的特点与基本技术；供应链与供应链管理。
7	电子商务应用	网上开店；电子商务网站规划与建设。
教学要求： 1. 课程思政：通过“湖湘文化创新案例”“电商扶贫政策”融入家国情怀，结合《电子商务法》案例强化法治意识与社会责任。 2. 方法手段：采用项目驱动（如网店开设实战）、情景模拟（直播带货策划）、混合式教学（超星平台+微课），强化实操能力。 3. 考核评价：平时成绩（课堂参与、实践操作）占 50%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 50%，侧重方案设计与应用能力。		

（6）特许经营

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：培养契约精神、合规意识、品牌意识、客户服务意识；强化诚信经营与社会责任；提升团队协作、沟通表达与创新思维能力。 知识目标：掌握特许经营的本质、类型、法律法规；理解特许权组合、加盟招募、运营支持、体系维护等核心概念与原理。 能力目标：能独立进行特许经营可行性分析；能设计完整的特许权组合与加盟手册框架；能规范开展加盟招募与谈判；能制定系统的加盟店运营支持与督导方案。					
主要支撑培养规格： S9 S13 Z7 Z11 N27-N28					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	特许经营认知与项目启动	特许经营定义、核心要素；与直营/自由连锁的区别；市场调研方法；数据分析（图表、SWOT）。特许经营类型（单体、区域、二级）；可行性分析框架；单店盈利模型；《商业特许经营管理条例》核心条款。			
2	特许经营体系设计与开发	特许权组合构成；品牌 VI 系统；经营资源分类；特许费用构成；盈利模型设计。标准化运营的重要性；手册体系构成；SOP 编写原则（可视化、可操作、可检查）。培训体系构建（岗前、在职）；支持手册内容（常见问题、应急联系、工具包）。			
3	加盟招募与授权	加盟商“三力模型”（财力、能力、愿力）；招募渠道；《条例》信息披露义务、冷静期制度。合同必备条款（授权范围、期限、费用、权责、终止转让）；商圈保护；谈判技巧。加			

		盟商筛选流程；背景调查要点；签约前准备。
4	加盟店运营支持与体系维护	开业前支持内容（选址、装修、培训、营销）；总部赋能角色。督导目的与方法（教练式 vs 警察式）；QSC 标准；督导沟通技巧。危机处理原则（黄金四小时、统一口径）；品牌风险传导性。加盟商关系管理；激励手段（荣誉、物质、参与）；命运共同体理念。PDCA 循环；体系优化流程；创新来源（加盟商建议、市场变化）。
5	项目总结与评价	商业计划书框架（执行摘要、项目背景、特许体系、市场分析、运营计划、财务预测、风险控制）。路演技巧（时间控制、逻辑清晰、亮点突出）；互评方法。特许经营成功关键因素；职业素养提炼。
教学要求： 1. 课程思政： 融入“招商加盟陷阱”案例（警示欺诈风险）、“中华老字号爱国故事”（如全聚德、张小泉）强化诚信经营与社会责任；在可行性论证、合同设计、危机处理等环节反复强调法律合规与契约精神。 2. 方法手段： 采用情景模拟（加盟商谈判、督导演练、危机推演）、任务驱动（24 个递进工作任务）、多媒体案例（蜜雪冰城、瑞幸、7-11 等真实品牌）强化实践；利用在线协作工具（腾讯文档等）实现小组共创。 3. 考核评价： 过程性考核（60%）：课堂参与、各阶段成果物质量、团队协作表现（组内互评）、模拟活动表现。终结性考核（40%）：项目总成果汇报（30%，含完整性、专业性、创新性、答辩表现）+ 综合知识测验（10%，侧重核心概念与法律法规）。		

（7）全渠道零售

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养职业道德、创新意识、文化自信，树立数据隐私意识与平台思维，强化团队协作与社会责任感。 知识目标： 掌握全渠道营销理论、策略（4P/4C/4R 等）、模式设计及效果评估指标，熟悉线上线下渠道运营方法。 能力目标： 能设计全渠道营销方案、策划内容与活动，运用数据分析优化策略，解决渠道冲突并提升营销效果。					
主要支撑培养规格： S4 S13 Z10 Z11 N22-N26 N29					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	全渠道营销认知	认识全渠道营销、全渠道营销的内涵；全渠道营销的职业素养和岗位职责。			
2	全渠道营销	全渠道营销思维：用户思维、体验思维、口碑思维、免费思维及共			

	策略规划	享思维的概念及特点；全渠道营销策略：4P、新 4P、4C、新 4C、4R、4V 营销策略的含义；各种营销策略之间的区别与联系。
3	全渠道营销模式设计	大数据营销内涵、特征、方法和策略；爆品营销的内涵、特征、优势、策略、方法；跨界营销内涵、特征、优势、模式、策略、方法等；场景的特征及场景营销常用的技术；全渠道营销模式设计实践。
4	全渠道营销平台选择	线下营销：常见的线下营销渠道模式及特点；线上营销：微博、微信营销的价值及营销策略、APP 营销、小程序营销、二维码营销；写作营销和知识问答营销的类型及常用的平台；全渠道营销内容策划实践训练。
5	全渠道营销内容策划	内容营销：全渠道营销三大内容形式、内容营销的策划和策略；软文营销及软文营销写作技巧；全渠道营销内容策划实践训练。
6	全渠道营销效果评估	全渠道营销效果评估指标；全渠道营销效果分析方法；全渠道营销效果分析实践训练。
教学要求： 1. 课程思政：融入中华文化推广案例（如直播带货传统文化），强化诚信经营与数据安全意识。 2. 方法手段：采用情景模拟（如社群运营）、案例分析（如小米全渠道策略）、小组项目（爆品策划）提升实践能力。 3. 考核评价：平时成绩（课堂参与、作业）占 30%，期末开卷考试（理论+案例分析）占 70%，侧重策略设计与应用能力。		

（8）数据驱动营销

开设学期	4	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：培养基于数据做营销决策的科学思维，改变“凭感觉做营销”的习惯；增强对营销效果负责的意识；养成用数据说话、用数据验证、用数据优化的职业习惯。 知识目标：掌握数据驱动营销的基本概念与工作流程；理解营销中常用的数据指标（如曝光量、点击率、转化率、获客成本、用户生命周期价值等）；掌握营销漏斗、A/B测试、归因分析的基本原理；了解常见营销数据分析工具的核心功能。 能力目标：能为一项营销活动设定合适的指标；能利用营销漏斗找出用户流失的主要环节；能设计简单的A/B测试方案并看懂测试结果；能区分不同渠道的营销效果并给出优化建议；能撰写简单的营销数据分析报告。					
主要支撑培养规格： S5 S6 Z9 Z11 N15 N20 N27					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识数据驱动营销	①什么是数据驱动营销（用数据指导营销决策，而不是“拍脑袋”）； ②与传统营销的区别；数据驱动营销的四个步骤（定目标→收数据→做分析→调策略）； ③营销数据从哪里来（自有平台数据、社交媒体数据、广告平台数			

		据)；数据隐私与合规的基本常识。
2	营销常用指标一看就懂	①广告类指标：曝光量、点击量、点击率(CTR)、千次展示成本(CPM)、单次点击成本(CPC)； ②转化类指标：转化率(CVR)、下单金额、投入产出比(ROI)； ③用户类指标：获客成本(CAC)、用户生命周期价值(LTV)、留存率、流失率； ④指标之间的简单关系(如 $ROI = \text{销售额} \div \text{广告费}$)。
3	营销漏斗：用户是怎么“跑丢”的	①什么是营销漏斗(从看到广告到完成购买，用户一步步减少)； ②典型漏斗阶段(曝光→点击→访问→咨询→加购→支付)； ③如何计算每个环节的转化率； ④用漏斗找问题：哪个环节流失最严重？
4	A/B 测试：哪个方案更好？	①什么是 A/B 测试(同时测试两个版本，看哪个效果更好)； ②A/B 测试的简单流程(提出想法→制作两个版本→随机分流→收集数据→比较结果)； ③生活中的 A/B 测试例子(两个不同文案的朋友圈广告，哪个点击率更高)； ④A/B 测试的常见“坑”(测试时间太短、样本太少、季节因素干扰等)。
5	归因分析：功劳该算谁的？	①为什么需要归因(用户可能看到公众号文章、刷到短视频、收到优惠券后才下单，哪个渠道功劳最大)； ②常见归因方法(最后点击归因、首次点击归因、线性归因)； ③不同归因方法对预算分配的影响举例； ④归因分析的简单做法(利用广告平台自带的归因报告)。
6	营销数据分析报告怎么写	①报告的基本结构(活动背景→关键数据→发现问题→优化建议)； ②如何用图表说话(不堆砌数字，用柱状图、漏斗图、折线图表达)； ③从数据到行动(例如：点击率高但转化率低，可能是商品详情页有问题)； ④小组任务：分析一份简单的某次促销活动数据，写出三条优化建议。

教学要求:

1. 课程思政: 通过“刷单骗补”“虚假流量欺骗商家”等案例, 强调营销数据必须真实、诚信; 结合“过度营销骚扰用户”的讨论, 引导学生尊重消费者隐私与选择权; 培养用科学方法做营销、对消费者负责的职业态度。

2. 方法手段: 采用课堂讲授(60%) + 案例分析与讨论(30%) + 课堂小任务(10%)。讲授时多用比喻、少讲公式, 每讲一个概念立刻给出生活中的营销例子; 案例分析选取学生熟悉的新茶饮、快餐、直播带货等场景; 安排课堂小任务(如给一张朋友圈广告数据截图, 请学生找出问题并口头分享), 不安排课后大作业; 鼓励学生用手机自带计算器做简单指标计算。

3. 考核评价: 平时成绩(50%) + 期末开卷考试(50%)。

平时成绩: 课堂参与(15%) + 课堂小任务完成情况(25%) + 小组案例分析(10%)。

期末开卷考试: 题型包括选择题(判断指标含义)、简单计算题(如点击率、转化率、ROI)、案例分析题(给一个营销场景和数据, 要求学生指出问题、提出优化方向), 难度适中, 不考复杂统计。

(9) BI 商业智能

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标: 素质目标: 培养严谨的数据处理习惯; 树立数据使用的合法合规意识; 树立不断创新与终身学习的理念; 培养团队协作作业能力。 知识目标: 理解数据可视化的作用和应用场景; 掌握 Power BI 的核心功能模块(数据导入、建模、可视化、报表部署)。 能力目标: 能够运用可视化工具创建可视化报表; 能够根据可视化报表进行数据分析。					
主要支撑培养规格: S4 S5 S9 Z11 Z14 N20 N22 N27 N28					
主要内容:					
序号	教学单元		教学内容		
1	初识数据分析与可视化		数据分析的概念与通用流程; 认识可视化工具		
2	获取销售数据		认识数据来源; 获取订单数据与商品数据		
3	销售数据预处理		集成数据; 清洗数据; 转换数据; 规约数据		
4	销售数据建模		认识 Power Pivot 和 DAX 语言; 新建数		

		据表中的元素
5	实现销售数据可视化	认识可视化图表；分析销售情况；绘制可视化图表
6	创建与部署销售数据分析报表	创建销售数据分析报表；部署销售数据分析报表
教学要求： 1. 课程思政：培养学生以数据为驱动、以诚信为本的职业操守；强调数据伦理与合规性，树立合法合规的数据使用；培养工匠精神，在数据建模、可视化设计中追求严谨性、科学性与创新性。 2. 方法手段：教学方法上，采用翻转教学法、案例教学法和任务驱动法，设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学习到相应的技能；教学手段上，课程教学充分使用现代化教育技术，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。 3. 考核评价：采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，形成性考核包括平时课堂表现和各项目实践操作成绩；终结性考核采用数据可视化项目实操考核，对本课程所学内容进行综合考核。		

（10）商品基础知识

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：树立诚信经营与质量意识，强化职业道德观念；培养消费者权益保护意识和社会责任感；提升商品认知与市场分析的综合素养。 知识目标：掌握商品质量、分类、标准、检验、包装及养护的核心理论，熟悉相关法律法规与技术方法。 能力目标：能科学分类商品、设计养护方案、解决质量问题，具备创新能力和团队协作能力。					
主要支撑培养规格： S12 Z8 Z9 N13-N15					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	商品学概述	商品与商品学发展历史；商品基础知识的研究对象、内容、任务和方法。			
2	商品质量	质量与商品质量；商品质量的基本要求及变化形式。			
3	商品分类	商品分类概述和分类标志；商品编码与条码。			
4	商品标准	标准与标准化；商品标准与质量认证。			

5	商品检验	商品检验概述；商品抽样；商品质量检验方法；商品质量分级与质量监督；伪劣商品的一般识别方法。
6	商品包装	商品包装概述、材料与方法；商品包装标志、商标。
7	商品科学养护	影响商品质量变化的因素及其控制；工业品商品的养护；食品商品的防腐与保鲜。
教学要求： 课程思政：结合质量案例强调诚信意识与国家标准，融入文化自信与工匠精神。 方法手段：采用项目教学、任务驱动、情景模拟，结合超星平台多媒体资源增强实践性。 考核评价：平时成绩（出勤、作业、实践报告）占 50%，期末机考占 50%，侧重过程与实操能力。		

（11）个人与团队管理

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：培养学习能力、时间管理、创新思维及高效工作习惯，强化职业道德与团队协作素养。 知识目标：掌握思考方法、SMART 目标原则、沟通技巧、劳动法及团队建设核心理论。 能力目标：能自我评估、制定目标、区分优先级、运用沟通及领导技巧，解决团队冲突与法律问题。					
主要支撑培养规格： S5 S9 N3-N5 N9-N10					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	自我规划	思考目标；自我认知；制定目标。			
2	时间管理	提高效率；规划时间；克服障碍。			
3	沟通	沟通基础；口头沟通；书面沟通；非语言沟通；会议沟通；工作报告；工作谈判。			
4	融入组织	影响组织的因素；组织的目标；组织战略；组织文化。			

5	团队建设	团队概述；团队内部建设；团队维护；团队外部关系。
6	问题处理	《劳动法》与《劳动合同法》；公司相关规定；问题处理。
7	领导	领导者的素质；领导方式；建立信任。
8	学习与发展	学习与发展；支持团队学习；训练与培训。
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：融入诚信、团队协作案例，强化劳动法规意识（如处理歧视问题）与职业道德教育。 2. 方法手段：采用案例分析、情景模拟、SWOT 分析及 SMART 目标工具，结合互动讨论与实践训练。 3. 考核评价：过程考核（出勤、作业、实践报告）占 60%，期末笔试占 40%，侧重工具应用与问题解决能力。		

（12）智慧门店运营管理

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：培养学生运用智能技术重构门店“人货场”的系统性思维；增强技术落地与顾客体验融合的创新意识；树立数据安全与伦理责任意识，理性看待无人化趋势对零售业的影响。 知识目标：掌握智慧门店的概念、技术架构与发展路径；了解智能硬件（AI 摄像头、互动屏、智能试衣镜、智能货架、自助收银、智能门禁等）的功能与集成方法；掌握基于顾客行为数据的实时响应与精准营销逻辑；理解远程管理与无人值守门店的运营模式；熟悉智慧门店的顾客体验设计方法与运营 SOP。 能力目标：能根据门店定位选择并配置合适的智能硬件组合；能设计智慧门店顾客全流程触点与互动体验；能运用后台系统监控设备状态、分析数据并优化运营；能制定智慧门店的日常运维规范（含人员、设备、数据安全）；能撰写智慧门店改造或新建方案（含有人店智能化升级与无人店两种场景）。					
主要支撑培养规格：S5 S6 S9 Z9 Z10 Z11 N23 N24 N27 N28					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		

1	智慧门店概述	智慧门店的定义、特征与发展阶段（从数字化到智能化再到无人化）；智慧门店的技术架构（感知层、平台层、应用层）；与“门店数字化运营”的关系（数字化是基础，智慧化是进阶）；智慧门店的典型形态：智能化升级的有人店、少人值守店、全无人店。
2	智慧门店智能硬件系统	硬件分类与功能：顾客感知类（AI 摄像头、Beacon、人脸识别终端）、互动体验类（互动屏、智能试衣镜、VR/AR 设备）、自助交易类（自助收银机、智能货柜、RFID 通道）、运营管理类（电子价签、智能货架、环境传感器）、安防门禁类（智能门锁、防盗报警）。各类硬件的选型原则与适用场景。
3	数据驱动与智能决策	智慧门店的数据采集维度（客流、动线、停留、拿取、试穿、支付）；实时数据驱动的业务响应（如货架缺货自动通知补货、试衣间使用时长提醒）；顾客画像的实时更新与现场精准推荐；基于数据的选品、陈列与人员调度优化（与数字化运营课程的衔接：本课更强调实时性与自动化决策）。
4	顾客体验设计与互动创新	顾客进店前（线上引流、预约）、进店中（识别欢迎、智能导购、互动游戏、虚拟试穿）、离店后（评价推送、二次营销）的全流程触点设计；互动屏与小程序联动；个性化优惠券实时推送逻辑；如何通过技术提升顾客停留时长与转化率。
5	智慧门店的远程管理与无人化运营	远程管理平台的功能（设备监控、库存查看、远程客服、数据分析）；无人值守门店的运营流程（注册→进门→选购→自动结算→离店）；异常情况远程处理（门禁故障、支付失败、顾客求助）；无人店与有人店在设备配置、安保策略、补货方式上的差异。典型无人店案例对比。

6	智慧门店运营规范与 SOP	日常运营流程（设备晨检、数据备份、远程巡店）；员工在智慧门店中的新角色（设备维护员、数据分析员、远程客服）；设备故障与突发事件应急预案（断电、网络中断、顾客滞留）；数据安全规范（人脸数据存储与删除、支付加密）；智慧门店绩效考核指标（设备在线率、互动转化率、自助结算率、远程解决率）。
7	智慧门店方案设计	智慧门店建设的步骤（需求分析→技术选型→流程设计→成本测算→试点运行）；不同业态（便利店、服装店、茶饮店、生鲜店）的智慧化重点不同；有人店智慧化升级方案 vs 无人店新建方案的差异；小组项目：为指定场景（如校园便利店/社区服装店/办公楼无人货柜）设计智慧门店运营方案。
教学要求： 1. 课程思政：通过“智能设备过度采集隐私”“无人店歧视老年人”等案例，引导学生思考技术应用中的人文关怀与法律边界；结合“我国智慧零售领先案例”，增强民族自信与创新使命感；强调技术是手段而非目的，智慧门店不能丢失“服务温度”。 2. 方法手段：采用课堂讲授（60%）+ 案例研讨与视频演示（25%）+ 小组方案设计（15%）。讲授时结合图片、短视频、系统截图展示各类场景；选取典型企业案例（优衣库、盒马、Amazon Go、便利蜂）进行对比研讨；邀请智慧零售企业线上分享真实项目；小组完成智慧门店方案（有人店升级或无人店新建，PPT 展示并互评）。有条件可组织参观智慧门店或无人店。 3. 考核评价：平时成绩（50%）+ 期末开卷考试（50%）。 平时成绩：课堂参与（10%）+ 小组智慧门店方案（30%）+ 个人课堂小测（10%）。 期末开卷考试：题型包括选择题（硬件功能与流程）、简答题（智慧门店设计原则、无人店与有人店差异）、案例分析题（给定门店场景，要求学生设计智慧化改进方案或分析运营问题）。		

6. 专业集中实训课程描述

（1）连锁企业认知实训

开设学期	2	参考学时	24	学分	1
------	---	------	----	----	---

课程目标:		
素质目标: 对连锁经营与管理专业就业方向、目标岗位、知识技能及素质要求有感性认识, 提升学生专业学习热情和实践积极性。 知识目标: 通过对不同业态的连锁企业进行参观学习, 促进学生对连锁企业的业态、组织结构、类型、经营种类、经营模式、经营特色、商品结构、店面布局、店面形象、主要岗位等基础知识有直观的感性认识; 更好地理解连锁经营管理基本原理, 连锁经营企业的运作方式和工作流程。 能力目标: 通过组织学生对不同业态的连锁企业参观、走访、学习和撰写报告的形式, 形成对连锁经营专业的感性认知并提高认识水平, 帮助学生更深入地理解连锁经营管理原理的理论知识, 理解专业的培养目标和就业方向, 提高对连锁专业及企业的认知能力, 增强后续学习的方向性。		
主要支撑培养规格: S1 S9 Z1 Z7 N1-N3 N5-N7		
主要内容:		
序号	教学单元	教学内容
1	实训动员、任务安排、查阅资料	实训动员、任务安排: 上网查阅各连锁企业业态: 购物中心、百货、大型超、便利店、专卖店的资料。
2	认知购物中心	购物中心的目标顾客和门店定位; 购物中心的选址、经营规模、门店布局、店面形象、装饰等特点; 购物中心的经营范围、商品结构、商品价格、服务、客流、经营策略等特点, 以及认知购物中心入驻的各种专卖店等小业态。
3	认知大型超市	大型超市的目标顾客和门店定位; 大型超市的选址、经营规模、门店布局、店面形象、装饰等特点; 大型超市的经营范围、商品结构、商品价格、服务、客流、经营策略等特点。
4	认知百货商店	专卖店、便利店的目標顧客和門店定位; 专卖店、便利店的选址、经营规模、门店布局、店面形象、装饰等特点; 专卖店、便利店的经营范围、商品结构、商品价格、服务、客流、经营策略等特点。
5	认知小业态(专卖店、便利店等)	配送中心是连锁企业重要组成部分, 主要承担仓储和配送的职能, 是连锁企业供应链管理系统的重要一环。配送中心是实现连锁企业商品集中采购、库存共享、集中配送、货物集中管理, 以及与生产厂家自动续订等功能的部门。
6	撰写报告	对比、分析、总结购物中心、便利店等小业态、超市各种业态目标顾客和门店定位; 各业态的选址、经营规模、门店布局、店面形象、装饰等特点; 经营范围、商品结构、商品价格、服务、客流、经营策略, 以及了解各业态发展现状和趋势。以及连锁企业配送中心的作用、职能、业务流程和发展趋势等。
教学要求: 1. 课程思政: 结合实地参观融入爱国教育(如供应链管理助力民生)、湖湘文化精神(“经世致用”实践导向), 强调诚信经营与社会责任。 2. 方法手段: 采用实地考察(购物中心、配送中心等)、案例分析(业态对比)、任务驱动(报告撰写)与多媒体教学结合, 强化直观认知。 3. 考核评价: 过程考核(出勤、纪律)占 40%, 作品考核(调研报告质量、感悟深度)占 60%, 侧重实践分析与职业认知能力。		

(2) 品类管理实训

开设学期	3	参考学时	24	学分	1
课程目标: 素质目标: 培养学生运用连锁企业品类管理相关理论发现、分析和解决实际问题的能力, 使学生理论联系实践, 掌握并提高品类管理操作技能, 实现《品类管理职业等级标准》					

与专业教学标准双覆盖，实现理论知识与实用技能融会贯通，实现课证融通。		
知识目标： 掌握连锁企业品类管理所有专项训练知识；掌握“1+X”品类管理职业资格证书（中级）考证的所有模拟测试知识点。		
能力目标： 熟练运用品类管理知识做专项训练；在“1+X”品类管理职业资格证书（中级）考证模拟训练平台进行理论与实践测试并达到相应要求；能够对给定的某年度两个门店所有品类真实业绩对比分析，提出建议并形成品类管理分析报告。		
主要支撑培养规格： S12 S13 Z9 Z10 N12-N16 N23-N29		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	品类定义与品类角色	商品组织结构表的制定；商品组合的单品配置；品类角色定位。
2	品类评估与品类评分表	品类评估；品类目标制定。
3	品类策略	品类策略的确定；策略向战术的转化。
4	品类战术制定	高效的组合商品；高效的空间管理；高效的定价商品；高效的促销商品；高效的供应链管理。
5	品类销售业绩分析	企业某个门店品类的真实现状与问题分析。
教学要求： 课程思政：通过“零售企业社会责任案例”强化诚信意识，结合“供应链合作案例”融入契约精神，融入湖湘文化“经世致用”实践导向。 方法手段：采用校企联动实训（门店实地操作）、任务驱动（品类优化方案设计）、案例分析（真实企业数据对比），结合信息化工具（品类管理软件）强化实战能力。 考核评价：过程考核（出勤、态度）占40%，作品考核（品类优化方案、数据分析报告）占60%，侧重策略可行性与报告规范性。		

（3）连锁企业管理沙盘实训

开设学期	4	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标：提高商业企业经营本质的认知水平，增进学生的社会人意识、风险意识、竞争意识和团队精神。 知识目标：掌握各功能模块的操作要求；了解市场经济发展规律；理解消费者心理与购物决策；熟悉市场扩张策略及市场营销手段等；熟悉企业的组织架构及职能；了解企业					

运营和资本运作等组织行为方式；掌握企业基本财务报表的含义；了解连锁企业的采购方式和连锁门店扩张的方式；掌握连锁门店的经营管理方式。		
能力目标： 能根据沙盘系统的环境变化及时调整企业经营战略，培养学生的市场竞争能力；能在沙盘运行过程中实时监控和预测企业的经营状况，培养学生承担经营风险与责任的能力；能在沙盘运行过程中有效管理门店，控制门店规模，领会市场竞争原理，提高企业经营管理能力。		
主要支撑培养规格： S1 S2 S4 S9 S12 S13 Z7 Z9 Z10 Z11 N1 N3-N5 N9-N10 N23-N30		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	沙盘体验	①教师指导企业经营，分析沙盘操作要领；②学生自主操作软件，进一步熟悉沙盘功能。
2	沙盘练习	①分组练习在区域市场一的模拟经营；②分组练习在区域市场二的模拟经营；③分组练习在区域市场三的模拟经营；④分组练习在三个区域市场的模拟经营。
3	沙盘竞赛	进行沙盘竞赛。
4	课程总结	实训心得的分享与交流。阐述对沙盘的整体认知；①分析沙盘角色的工作重点及难点；②总结模拟企业经营的切身体会和经验启发。③对沙盘内容提改进建议。
教学要求： 1. 课程思政：通过“资源合理配置”“职业道德”案例讨论，融入湖湘文化“经世致用”精神，强调公平竞争与社会责任。 2. 方法手段：采用沙盘模拟（亿学软件实操）、分组对抗赛（角色轮换）、案例分析（企业真实经营场景），结合教师指导与学生互评强化技能应用。 3. 考核评价：过程考核（出勤、纪律）占40%，作品考核（沙盘操作数据、竞赛成绩、分析报告）占60%，侧重战略合理性及团队协作能力。		

（4）门店营运与管理实训

开设学期	4	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标：通过实训提升学生的顾客服务意识与形象意识；培养学生的成本意识、创新意识、团队意识；培养学生的沟通能力、应变能力和良好的心理素质。 知识目标：熟练操作收银系统；对商品进行盘点、补货、陈列等操作；完善新老顾客档案；为顾客推荐或推销商品。					

能力目标： 使学生掌握连锁企业门店营运管理的各个岗位职责、营运流程、作业标准，提高学生门店营运和专业核心技能。		
主要支撑培养规格： S10 S11 S12 S13 Z8 Z9 N12-N26		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	收银	收银工作流程训练：打招呼、会员积分、商品扫码、挂单训练、结算、收款、唱收唱付唱找零等。
2	导购	欢迎顾客；接近顾客；推荐商品；帮助顾客体验；达成交易；开销售单据；完成交易；送走顾客。
3	理货	陈列商品；补货；做价签；贴价签；称重、打价签、打包；填写订货单等。
4	盘点	按顺序清点商品数量；填写商品盘点卡；制作商品盘点表；分析商品盘点结果。
5	客服	前台接待顾客询问；接待顾客投诉；帮助顾客解决急需性问题；帮助顾客对大件商品进行打包等。
教学要求： 1. 课程思政：通过收银流程中的“诚信经营”案例、导购环节的“服务意识”讨论，融入职业道德教育，强化团队协作与责任担当。 2. 方法手段：采用任务驱动（分岗位实训）、软件模拟（收银系统操作）、门店轮岗实践（理货、盘点等），结合互评与教师指导提升技能。 3. 考核评价：过程考核（出勤、纪律）占 40%，技能考核（岗位实操、投诉处理）占 60%，侧重标准化操作与职业素养评估。		

（5）零售数据分析与应用实训

开设学期	4	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标：培养学生风险意识、成本意识、创新意识、竞争意识。 知识目标：掌握零售数据分析的基本思路和常用方法；掌握销售目标的制定与追踪；掌握顾客数据分析的方法与技巧；掌握商品数据分析的方法与技巧；掌握网店运营数据分析方法与技巧；掌握零售财务分析方法与技巧；零售数据处理与展示。 能力目标：使学生对零售数据分析有基本认知，并能运营零售数据分析的基本思路和					

基本方法：能根据数据进行销售预测，制定目标和分解目标；能进行网购者数据分析和会员数据分析；能进行商品采购环节、商品销售环节和商品供应环节数据分析；能进行运营数据分析；能对数据进行汇总处理，制作数据图表。		
主要支撑培养规格： S4 S13 Z10 Z11 N20-N22 N23-N29		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	EXCEL 基本技能	EXCEL 基本认识； 统计分析函数； 数据清洗与筛选。
2	商品数据分析	商品采购环节数据分析实训； 商品销售环节数据分析实训； 商品供应环节数据分析实训。
3	运营数据分析	连锁零售门店运营数据指标构成； 连锁零售门店运营数据分析实训。
4	零售数据处理与展示	零售数据处理实训； 数据统计图表制作实训； 零售数据展示实训。
5	零售数据分析报告撰写	零售数据分析报告的结构与内容； 零售数据分析报告实训。
教学要求： 1. 课程思政：通过“数据真实性讨论”“工匠精神案例”融入社会主义核心价值观，强调诚信分析、科学决策的职业操守。 2. 方法手段：采用案例教学（真实零售报表分析）、任务驱动（EXCEL 实操训练）、小组协作（数据报告撰写），结合软件工具（Excel）强化实战能力。 3. 考核评价：过程考核（出勤、纪律、德育表现）占 50%，作品考核（数据分析报告、EXCEL 操作）占 50%，侧重数据准确性、逻辑严谨性与实操规范性。		

（6）新媒体运营实训

开设学期	4	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标：培养学生正确的新媒体伦理观与信息辨别能力，恪守网络传播规范与版权意识；增强对新媒体热点事件的敏感性与正向引导意识；培养团队协作、持续学习、快速适应平台规则变化的职业素养。 知识目标：掌握主流新媒体平台（微信公众号、微博、小红书、抖音、今日头条等）的运营规则与内容分发机制；熟悉新媒体内容策划、撰写、编辑排版与发布流程；理解用					

户画像构建、粉丝增长与互动策略；掌握新媒体数据分析指标（阅读量、互动率、转化率等）及优化方法。 能力目标： 能独立完成新媒体账号的定位规划与日常运营；能撰写符合平台调性的原创图文、短视频脚本及互动话题；能运用排版工具（如秀米、135 编辑器）进行内容美化；能策划并执行线上增粉活动（如抽奖、打卡、话题挑战）；能基于后台数据进行内容复盘与运营策略调整；能制定并呈现新媒体运营月度方案。		
主要支撑培养规格：S5 S8 S12 Z9 Z14 N16 N17 N27		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	新媒体平台认知与账号搭建	主流平台规则对比、账号定位与人设打造、注册与基础设置、头像/昵称/简介设计。
2	内容创作与排版美化	爆款标题技巧、图文内容撰写（种草文、干货文、新闻稿）、图片素材处理、排版工具实操（秀米、Canva）。
3	短视频内容运营	短视频选题策划、脚本编写、手机拍摄技巧、剪映基础剪辑、发布与话题标签策略。
4	粉丝增长与互动管理	用户画像分析、评论区互动技巧、社群导流方法、抽奖/打卡/投票等增粉活动策划与执行。
5	数据分析与优化	各平台后台数据指标解读（阅读量、完播率、互动率、粉丝净增）、数据复盘报告撰写、内容与发布时间优化。
6	综合实战	分组选择真实或模拟品牌，制定一个月的新媒体运营方案（含平台选择、内容日历、活动计划、数据目标），并进行 PPT 路演展示。
教学要求： 1. 课程思政： 结合“网络信息内容生态治理规定”等法规，引导学生传播正能量、抵制虚假与低俗信息；通过“助农新媒体推广”等案例融入服务乡村振兴、弘扬中华优秀传统文化的价值导向。 2. 方法手段： 采用“平台实操+案例拆解+项目驱动”教学法。教师现场演示账号注册、内容发布、数据分析全过程；学生分组运营真实或模拟新媒体账号，每周产出内容并监测数据；引入企业新媒体运营真实需求作为实战任务，邀请行业导师线上点评。 3. 考核评价： 过程考核（60%）+ 成果路演（40%）。 过程考核：日常作业（图文排版、短视频各 1 份）20% + 小组账号运营数据（粉丝增长、互动表现）20% + 个人实训报告 20%。		

成果路演：小组提交新媒体运营方案并进行展示答辩，从方案可行性、创意性、数据逻辑及呈现效果综合评分。

(7) 连锁经营与管理专业技能综合实训

开设学期	5	参考学时	48	学分	2
课程目标： 素质目标： 提升学生的专业综合技能与专业综合素质，以培养出具有诚信经营、爱岗敬业、吃苦耐劳、团结合作、严谨细致、善于思考、勇于创新等优秀品质的连锁专业的大学毕业生。 知识目标： 掌握商品陈列、商品盘点与质量控制、促销计划执行、报表分析、排班、会议组织、顾客管理、组织架构与人员配备等 8 个技能考核项目的基础知识。 能力目标： 能根据商品陈列图熟练进行商品陈列；能熟练进行商品盘点和清理出问题商品；能根据给定背景制定促销方案；能对零售报表数据做出准确分析并撰写分析报告；能根据给定条件对员工进行排班并制作排班表；能按给出的背景写会议日程，并主持会议；能按原则与程序正确处理顾客投诉，撰写处理方案并口头汇报；能根据背景资料计算人员配置数量并做好岗位配置并明确岗位职责。					
主要支撑培养规格： S1-S13 Z1-Z11 N1-N30					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	商品陈列	按陈列图在规定的时间内完成一个标准货架的商品陈列。			
2	商品盘点与质量控制	在规定时间内盘点某一个货架的商品，并在盘点过程中找出问题商品。			
3	促销计划执行	根据背景资料撰写促销计划。			
4	报表分析	对报表里面的数据作分析，并撰写报表分析报告。			
5	排班	根据背景资料设计排班，并制作排班表。			
6	会议组织	根据背景资料做好会议日程安排，并现场组织。			
7	顾客投诉处理	根据背景资料撰写顾客投诉处理方案并口头汇报。			
教学要求： 1.课程思政： 通过“诚信经营案例”强化职业道德，融入社会主义核心价值观，培养社会责任感与团队协作意识。 2.方法手段： 采用任务驱动（技能项目实训）、案例分析（真实门店运营场景）、实操演练（商品陈列与盘点），结合机房模拟与校外实践。 3.考核评价： 过程考核（出勤、纪律）占 40%，作品考核（技能操作报告、促销方案、					

投诉处理方案）占 60%，侧重标准化操作与逻辑严谨性。

（8）毕业教育

开设学期	5	参考学时	0	学分	0
课程目标： 素质目标： 通过毕业教育让学生树立正确的人生观、价值观、道德观，正确认识目前的就业形势，引导学生树立“先就业、后择业、再创业”的现代择业观。 知识目标： 让学生了解国际国内经济形势，梳理个人在就业方面的困惑，进行心理健康教育、感恩教育、安全法纪教育、入职适应教育，让学生掌握自我心理调节有效方法。 能力要求： 让学生具备自我心理调节能力，具备良好沟通能力，正确认识职场，全面提升就业能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 S5 S9 S11 S13 Z1 Z7 Z11 N1 N3-N5 N10-N11 N27-N30					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	就业形势与政策	国内外经济形势分析、就业创业政策解读。			
2	职业素养培养	职业道德规范、职业形象塑造、感恩教育与安全法纪教育。			
3	求职技能训练	简历制作、面试技巧、职场沟通与团队协作模拟。			
4	心理健康与适应	心理调适方法、压力管理、初次就业心理准备。			
5	职业发展规划	自我认知与职业定位、创业意识培养、终身学习规划。			
教学要求： 1. 课程思政： 通过“职业伦理案例”“社会责任讨论”融入社会主义核心价值观，强化职业道德与家国情怀。 2. 方法手段： 采用讲座教学（政策解读、职场案例）、情景模拟（面试演练）、心理辅导（压力管理），结合多媒体资源提升实效性。 3. 考核评价： 过程考核（参与度、课堂互动）占 100%，成果考核（职业规划书、模拟面试表现）不占权重，但侧重评价实践应用能力。					

（9）毕业设计

开设学期	5+6	参考学时	24	学分	6
课程目标： 素质目标： 通过毕业设计培养学生良好的职业素养与职业道德，提升学生的风险意识、竞争意识、创新意识、成本意识。 知识目标： 通过毕业设计熟悉商品陈列优化设计、门店选址与布局设计、客户服务优化设计流程；熟悉连锁经营促销活动策划的流程；熟悉活动策划宣传中正确运用广告媒体相关知识；熟悉编制活动经费预算、人员分工相关知识等。 能力目标： 能在连锁经营企业和门店工作中有效运用专业所学，能发现工作中存在的问题并提出解决方案，培养分析问题、解决实际问题的能力；培养学生文献检索、资料查询、获取新知识的能力；培养学生书面和口头表达能力及协作配合工作的能力。					
主要支撑培养规格： S1 S9 Z1-Z11 N1-N30					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	顾客服务优化设	服务流程标准化设计、客户投诉处理方案、服务质量提升策略。			
2	门店策划与布局	选址分析、空间规划、动线设计、陈列优化（含商品组合与视觉营销）。			
3	促销活动策划	活动主题设计、预算编制、媒体投放策略、效果评估与优化。			
4	数据分析与应用	销售数据挖掘、客户需求分析、运营效率诊断与改进方案。			
5	综合方案设计	整合门店运营全流程，完成开店策划、品类管理、促销执行等系统性方案。			
教学要求： 1. 课程思政： 通过“职业伦理案例分析”“社会责任主题讨论”融入社会主义核心价值观，强化职业道德与创新精神。 2. 方法手段： 采用校企合作（实习单位实践）、项目驱动（方案设计任务）、导师制指导（教师全程跟踪），结合企业真实案例强化实战能力。 3. 考核评价： 以毕业设计成果（40%）+答辩表现（30%）+实习表现（30%）综合评定，侧重方案可行性与实践应用能力。					

（10）岗位实习

开设学期	5+6	参考学时	576	学分	24
------	-----	------	-----	----	----

课程目标： 素质目标： 培养学生爱岗敬业和诚信经营的良好职业道德；培养学生热爱所学专业、刻苦钻研专业知识的良好品质；培养学生服务连锁经营、用心服务顾客的良好职业素养；培养学生较强的适应能力和社交能力的基本素质。 知识目标： 通过岗位实习学习企业文化、了解企业规章制度、熟悉企业环境，了解连锁经营企业的经营与管理流程，强化连锁经营与管理专业知识，实现理实结合；了解实习岗位工作内容、工作规范，明确岗位职责。 能力目标： 通过岗位实习具备遵守企业规章制度的能力；培养学生连锁门店促销、陈列、开店等策划方案设计与实施能力，提升连锁经营管理知识与技能综合运用能力；培养学生顶岗技能，提高学生的实际工作能力和就业竞争能力。		
主要支撑培养规格： S2 S9 S11-S13 Z7-Z11 N1-N30		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	企业认知与岗位规范	企业文化学习、规章制度熟悉、岗位职责认知。
2	岗位技能实践	门店促销方案设计、商品陈列优化、开店策划流程实施。
3	顶岗能力提升	实际岗位操作（如顾客服务、库存管理）、问题诊断与解决能力训练。
4	综合方案设计	整合实习经验，完成连锁门店全流程策划方案（含促销、陈列、运营优化）。
5	总结与反馈	实习报告撰写、成果汇报与职业能力提升总结。
教学要求： 1. 课程思政： 通过“企业伦理案例分析”“职业操守主题讨论”融入社会主义核心价值观，强化职业道德与社会责任感。 2. 方法手段： 采用“双导师制”（企业导师+学校导师），结合岗位实习（促销、陈列、开店策划）与校内指导，强化理实一体化教学。 3. 考核评价： 过程考核（出勤、实习纪律、材料规范性）占 60%，成果考核（策划方案、答辩表现）占 40%，侧重实践应用能力。		

七、教学进程总体安排

（一）教学进程周次安排及教学活动时间分配表

表一 教学进程周次安排及教学活动时间分配总表								
学期		一	二	三	四	五	六	总计
理论教学（理实一体）		17	17	18	18	12	0	82
实践教学	军事技能	2	0	0	0	0	0	2
	实训课程	0	0	0	0	0	0	0
	岗位实习	0	0	0	0	10	14	24
	毕业设计	0	0	0	0	0.5	0.5	1
考试		2	2	2	2	1	2	11
教学周数合计		21	19	20	20	23.5	16.5	120
寒暑假周数		4	7	5	8	0	0	24
总计		25	26	25	28	23.5	16.5	144
备注		1. 三年6学期总教学活动周共120周。 2. 新生第1学期2周为军事技能训练，入学教育等教学活动。 3. 认知实习原则上在专业课开始时安排，集中授课的实训课程、岗位实习根据专业教学进度安排，岗位实习一般为6个月。						

（二）教学进程表

1.公共基础课程模块教学进程表

表二 公共基础课程模块教学进程表（2026级）																			
课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时		年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注			
						总学时	其中 理论学时 实践学时	一学年		二学年		三学年		考试	考查				
								1	2	3	4	5	6						
公共基础课程（必修）	1	思想道德与法治	2622010001013001	A	3.0	48	48			17	17	18	18	12	0		2		①
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2622010001023002	A	2.0	32	32			2*16							1		
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2622010001033003	A	3.0	48	48				4*12						2		
	4	形势与政策	2622010001043004	A	1.0	40	40			2*4	2*4	2*4	2*4	2*4				1-5	②
	5	思政实践	2622010001053005	C	1.0														③
	6	军事技能	2612810001013001	C	2.0	112		112	2周										
	7	军事理论	2612410001013001	A	2.0	36	36								4*9			5	④
	8	大学体育（一）	2622810001013001	B	2.0	32	4	28	2*16									1	
	9	大学体育（二）	2622810001023002	B	2.0	32	4	28		2*16								2	
	10	大学体育（三）	2622810001033003	B	1.5	24	4	20				2*12						3	
	11	大学体育（四）	2622810001043004	B	1.5	24	4	20					2*12					4	
	12	大学生心理健康	2612810001023002	A	2.0	32	32				2*16							2	⑤
	13	劳动教育（劳动实践）	2612810001033003	B	1.0	16	14	2	2*8									1	⑥
	15	安全教育	2622010001063006	B	1.0	24	8	16	2*4									1	⑦
	16	大学英语（一）	2623210001013001	B	4.0	64	48	16	2*16									1	⑧
	17	大学英语（二）	2623210001023002	B	4.0	64	48	16		2*16								2	
	18	生涯与就业指导	2621810001013001	B	2.0	32	20	12	2*8				2*8					1、4	⑨
	19	创业教育（上、下）	2621810001023002	B	2.0	32	20	12	2*10	2*6								1、2	⑩
	20	第二课堂	2641010001013001	C	6.0														⑪
	小计							37.0	692	410	282	12	18	4	6	6	0		
公共基础课程（限选）	21	红色潇湘	2622010002013001	A	2.0	32	24	8	2*12									1	限选2学分 ⑫
	22	中国共产党历史	2622010002023002	A	1.0	16	16											4	
	23	新中国史	2622010002033003	A	1.0	16	16											4	
	24	改革开放史	2622010002043004	A	1.0	16	16											4	
	25	社会主义发展史	2622010002053005	A	1.0	16	16											4	
	26	马克思主义基本原理	2622010002063006	A	1.0	16	16											4	限选6学分 ⑬
	27	中华优秀传统文化	2622410002013001	B	2.0	32	20	12		2*16								2	
	28	湘商文化	2622410002023002	B	1.0	16	12	4	2*8									1	
	29	大学语文	2622410002033003	B	2.0	32	20	12	2*16									1	
	30	应用文写作	2622410002043004	B	2.0	32	16	16	2*16									1	
	31	经济数学	2622410002053005	B	2.0	32	20	12	2*16									1	
	32	高等数学	2622410002063006	B	4.0	64	48	16	4*16									1	
	33	美育	2641010002013001	A	1.0	16	16		2*8									1	
	34	口才与沟通	2622410002073007	B	2.0	32	16	16	2*16										
	35	商务礼仪	2622410002083008	B	2.0	32	16	16	2*16										
	36	人工智能应用基础	2622410002093009	B	3.0	48	24	24		3*16								2	限选3学分
	37	信息技术素养	2622410002103010	B	3.0	48	24	24		3*16								2	
小计							11	176	104	72	6	5	0	0	0	0			
程公共基础课程（任选课）	38	校内公共任选课程			4.0	64	64		0	0	0	0	0	0	0		1-6	⑭	
	小计				4.0	64	64		0	0	0	0	0	0					
合计							52.0	932.0	578.0										
备注：①课程类别：A：纯理论课，B：（理论+实践）课，C：纯实践课。																			
②2*4表示每周2学时，开4周课。其它课程类同。																			
③“思政实践”1学分，第1-2学期利用课余时间各开设安排1周思政实践，不单独计学时。																			
④“军事技能”新生入学后开设，共15天，学工部负责，入学教育在军训空余时间由各专业安排人员进行，不单独计学分；“军事理论”由各专业根据课程安排情况于第1学期与军事技能同步开设或第4学期或第5学期开设。																			
⑤大学生心理健康课程商务校区第1学期会计学院、电商学院、大数据与会计三二转段、茶艺与茶文化三二转段，第2学期经贸学院、信息学院、茶学院；外贸校区第1学期国际商务学院、旅游管理学院，旅游管理（三二转段）专业开设，第2学期商务外语学院、国际物流学院，艺术学院，软件技术（三二转段），数字媒体艺术设计（三二转段），广播影视制作（三二转段）专业开设。																			
⑥“劳动教育”主要开展“劳动精神、劳模精神、工匠精神”等专题教育；劳动实践由学工部根据《湖南商务职业技术学院劳动实践课管理办法》进行管理与考核，在第二学期的暑假安排一周，不单独计学分和学时。																			
⑦“安全教育”课程，含国家安全教育16学时，其他安全教育8学时。4课时线下讲座、12课时线下实践、8课时线上授课，马院负责。																			
⑧“大学英语”第1、2学期开课，国际经济与贸易、国际商务、跨境电子商务、关务与外贸服务、商务英语、应用日语、应用韩语、应用法语、应用俄语、应用西班牙语、港口与航运管理11个涉外类专业全部学时采用线下课堂教学方式，每学期线下各64学时；其他非涉外类专业采用线上与线下相结合的教学方式，每学期线上、线下各32学时；考核方式全院统一为考查。																			
⑨“生涯与就业指导”全院第1学期开设“大学生涯规划”模块，16学时；全院第4学期开设“职业发展与就业指导”模块，16学时。																			
⑩“创业教育”共32学时，全院各专业其中第1学期开设“创业教育（上）”为理论教学20学时，实施大班授课；第2学期开设“创业教育（下）”为实践教学12学时，实施小班授课。																			
⑪“第二课堂”，6学分，每年2学分，不单独计学时。承担部门：校团委（依据：中国共产主义青年团中央委员会《深化高校共青团“第二课堂成绩单”制度工作指引》）。																			
⑫“红色潇湘”，2学分，32学时，其中线下24学时，线上8学时。与“中国共产党历史”“新中国史”“改革开放史”“社会主义发展史”“马克思主义基本原理”一起限选2学分。																			
⑬公共基础课程(限选) 详见附表《2026级商务校区各专业公共课程开设学期表》																			
⑭校内公共任选课程 详见“附表6：公共任选课程一览表（线上部分）”，主要开设人文社科类（包括金融知识、人口资源、海洋科学、节能减排、绿色环保、语言、心理学、职业素养、社会责任等）、公共艺术类（包括传统文化、鉴赏等）、工程技术类（初识人工智能、带你玩转VR虚拟现实、生活中的工业设计等）和其他类（管理等）等全校性公共选修课程。学生需修满4个公共任选课学分方可毕业，其中公共艺术类学分不少于2分；艺术、管理、服务等领域专业需选修工程技术类课程不少于2学分，生产、制造、工程等领域专业需选修人文社科类课程不少2学分。根据“学分银行管理办法”，学生参加社会实践活动（志愿服务、社会公益类；社会调查、挂职锻炼类；勤工助学类；职业素养、素质拓展与职业技能培训类等，经相关部门考核认定后，记入学生学分。																			

2. 专业基础及核心课程模块教学进程表

表三 专业基础及核心课程模块教学进程表																	
课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1 17	2 17	3 18	4 18	5 12	6 0			
专业基础课程（必修）	1	企业经营管理	2620805306023001	B	2	32	20	12		2					2		
	2	连锁经营管理	2620805306023002	B	3	48	28	20	4						1		
	3	市场营销	2620805306023003	B	4	64	36	28	4						1		
	4	经济学基础	2620805306023004	B	3	48	30	18			3					3	
	5	习近平经济思想概论	2620805306023005	B	2	32	20	12	2							1	
	6	数字营销	2620805306023006	B	2	32	16	16			2					3	
	7	AI新媒体文案创作	2620805306023007	B	3	48	16	32				4				4	
小计						19	304	166	138	10	2	5	4	0	0		
专业核心课程（必修）	1	AI通识与零售应用	2620805306023008	B	2	32	16	16			2					3	
	2	新媒体运营实务	2620805306023009	B	3	48	24	24				3				4	
	3	品类管理实务	2620805306023010	B	3	48	24	24			4				3		
	4	门店营运与管理实务	2620805306023011	B	3	48	24	24			4				3		
	5	零售数据分析与应用	2620805306023012	B	3	48	24	24				3			4		
	6	客户服务与管理	2620805306023013	B	2.5	40	20	20					4			5	
	7	门店数字化运营	2620805306023014	B	3	48	24	24				4				4	
	8	采购与配送实务	2620805306023015	B	2.5	40	24	16					4			5	
小计						22	352	180	172	0	0	10	10	8	0		
合计						41	656	346	310	10	2	15	14	8	0		

3. 专业能力拓展选修课程及集中实训模块教学进程表

表四 专业拓展选修课程模块及专业集中实训课程模块教学进程表

课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1 17	2 17	3 18	4 18	5 12	6 0			
专业拓展课程（选修）	1	连锁门店开发与设计	2620805306023016	B	3	48	24	24			4					3	任选3学分
	2	茶艺与茶文化	2620805306023017	B	3	48	24	24			4					3	
	3	人力资源管理	2620805306023018	B	3	48	24	24				3				4	
	4	零售管理实务	2620805306023019	B	3	48	24	24				3				4	任选6学分
	5	电子商务应用	2620805306023020	B	3	48	24	24				3				4	
	6	特许经营	2620805306023021	B	3	48	24	24				3				4	
	7	全渠道零售	2620805306023022	B	3	48	24	24				3				4	任选4学分
	8	数据驱动营销	2620805306023023	B	2	32	16	16					4			5	
	9	BI商业智能	2620805306023024	B	2	32	16	16					4			5	
	10	商品基础知识	2620805306023025	B	2	32	16	16					4			5	
	11	个人与团队管理	2620805306023026	B	2	32	16	16					4			5	
	12	智慧门店运营管理	2620805306023027	B	2	32	16	16					4			5	
	小计					13	208	104	104	0	0	4	6	8	0		
专业集中实训课程（必修）	1	连锁企业认知实训	2620805306023028	C	1	24		24		1						2	
	2	品类管理实训	2620805306023029	C	1	24		24			1					3	
	3	连锁企业管理沙盘实训	2620805306023030	C	1	24		24			1					3	
	4	门店营运与管理实训	2620805306023031	C	1	24		24			1					3	
	5	零售数据分析与应用	2620805306023032	C	1	24		24				1				4	
	6	新媒体运营实训	2620805306023033	C	1	24		24				1				4	
	7	连锁经营与管理专业技能综合实训	2620805306023034	C	2	48		48					2			5	
	8	毕业教育	2620805306023035	C													①
	9	毕业设计	2620805306023036	C	6	24	0	24					0.5	0.5		6	
	10	岗位实习	2620805306023037	C	24	576	0	576					10	14		6	
	小计					38	792	0	792	0	1	3	2	12.5	14.5		
合计					51	1000	104	896	0	1	7	8	20.5	14.5			

备注:①毕业教育于第五学期与下达毕业设计任务时同步进行，不单独计算学时与学分。

（三）周学时及学时统计表

表五 周学时及学时统计表

模块	年级 学期		一年级				二年级				三年级				教学学时（节）		
	节（周）数		第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期		理论学时	实训实验学时	合计
			周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周	周课时	实训周			
公共基础课程模块（必修）			12	0	18	0	4	0	6	0	6	0	0	0	410	282	692
公共基础课程模块（限选）			6	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	104	72	176
公共基础课程模块（任选）			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	64	0	64
专业基础及核心课程模块			10	0	2	0	15	0	14	0	8	0	0	0	346	310	656
专业拓展课程模块（选修）			0	0	0	0	4	0	6	0	8	0	0	0	104	104	208
专业集中实训课程模块			0	0	0	1	0	3	0	2	0	12.5	0	14.5	0	792	792
合 计			28	0	25	1	23	3	24	2	22	12.5	0	14.5	1028	1560	2588

备注：周课时数不包含专业实践课程课时。

公共基础课程（含必修、限选、任选）学时数占总学时的比例：	36.01%								
选修课程学时数占总学时的比例：	17.31%								
实践学时数占总学时的比例：	60.28%								
本专业应修学分总计：	144.0								

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

按《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师，生师比不高于 25：1。“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%。选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队。

2.专任教师

（1）专任教师须具备良好的师德师风与较强的敬业精

神，忠诚于党的教育事业，具有扎实的专业理论功底、信息化教学能力及课程思政建设能力。

（2）专任教师原则上须取得高校教师资格证书，且具备讲师及以上专业技术职称或相应技术职业资格证书（如连锁经营管理师、品类管理师等）。新进无职称教师或企业引进教师，须在副教授及以上职称教师指导下完成至少一学期的教学跟岗培训，方可独立承担教学任务。

（3）专业课专任教师须具有经济管理类、工商管理类或相关专业硕士研究生及以上学历，且具有不少于2年的连锁企业或零售行业相关岗位工作经历（含企业实践锻炼），具备将行业实践经验转化为教学资源的能力。

（4）专业核心课程任课教师须具备扎实的连锁经营管理专业理论功底，熟悉连锁企业及门店各岗位的任职要求、职业技能标准和典型工作任务，能够胜任所授课程的教学工作，并积极开展课程教学改革、教材建设及科研工作，优先考虑参与连锁经营管理相关行业研究或企业咨询项目的教师。

专任教师须做到“下得去、上得来”，全员参与企业挂职锻炼，每五年累计企业实践时间不少于5个月（含挂职、跟岗、项目合作）。近三年，团队教师应先后在步步高、零食优选、麦当劳等企业担任“见习店长”“运营顾问”等岗位，并将挂职成果反哺教学，具体包括：开发真实案例库至少10个，编写基于项目任务的活页式教材2-3本。

（5）连锁经营与管理专业教师团队已申请并获批湖南省“楚怡”教师教学创新团队。教师团队应持续加强学习培

训，通过组织参加国家级、省级骨干教师培训、连锁行业专题研修、企业挂职锻炼等方式，不断提升“双师型”教师比例。同时，积极引进行业企业拔尖人才（如连锁企业高管、资深店长、运营总监等）担任外聘企业教师，不断优化教师团队的“双师”结构，形成专兼结合、校企互通的师资队伍。

3. 兼职教师

专业教学团队中应保持一定比例的企业兼职教师。企业兼职教师需具备扎实的专业知识与丰富的实践经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能够承担专业课程教学、实习实训指导及学生职业发展规划指导等任务。根据专业建设需要，可聘请行业企业技能大师、劳动模范、能工巧匠、连锁企业高管或资深店长等高技能人才担任兼职教师。企业兼职教师以承担实践教学、实习实训指导、岗位技能训练等任务为主。本专业聘请了王伟杰（零食优选 HRD）、羊永祥（千千福总经理）等行业专家担任兼职教师，承担实践教学、实习指导、职业规划等任务，所承担教学任务不低于专业课时总数的 15%。

4. 专业带头人

专业带头人原则上应具备副高及以上职称，能够准确把握国内外行业及专业发展动态，广泛联系行业企业，深入了解企业对专业人才的实际需求。主持专业建设，推进教育教学改革，具有较强的教科研能力和社会服务能力，在本专业改革与发展中发挥引领作用。专业带头人需定期赴企业实践或挂职锻炼，或每年与企业开展不少于 2 项合作项目。同时，

带领教师团队与企业共同开发“订单班”，与零食优选、麦当劳、盒马等合作企业共建订单班，实行企业导师与专任教师双导师联合授课、联合考核机制。订单班学生在录用、培养及晋升方面享有优先权，实现重点培养、快速晋升。

5.对教师进修培训的要求

建立规范的师资进修培训体系，系统地对教师进行定期进修培训，为教师跟进学术前沿，接受先进的教学理念创造好条件。每位专业教师应至少每两年参加一次本专业相关的进修培训或学习交流。教师参加培训、学习期间，应积极主动与其他兄弟院校教师沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习成果在本教研室和二级学院（部）进行汇报交流。

（二）教学设施

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。配置超星“一平三端”智慧课堂系统；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. 校内实习实训基地

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部《职业院校专业实训教学条件建设标准》《高等职业学校连锁经营与管理专业教学标准》等有关规定，实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项

目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展门店营运与管理、品类管理、连锁经营商业沙盘、零售数据分析与应用、数字营销、新媒体运营等实验、实训活动。

表 8 校内实训室功能与配备要求一览表

序号	实习实训室名称	主要工具和设施设备				支撑的课程/实训项目
		名称	数量	工位	功能	
1	连锁企业品类管理实训室 ★ “课证融通”综合育人项目	多媒体设备	1 套	60	品类管理技能训练与“1+X”证书考证培训。	①承担《品类管理实务》《品类管理实训》等课程教学 ②实训项目：商品分类、陈列图制作、库存盘点、品类规划、供应商管理、采购管理等
		“1+X”品类管理职业技能等级证书训练与测试平台	1 套			
		电脑	60 台			
		桌椅	60 套			
2	连锁企业管理沙盘实训室 ★ “岗课赛证”综合育人项目	多媒体设备	1 套	60	运用连锁企业管理沙盘软件模拟连锁企业管理活动，对接职业技能竞赛。	①承担《连锁企业管理沙盘实训》课程教学 ②实训项目：门店选址与投资决策、商品结构优化、采购与库存管理、财务预算与成本控制、团队协作与战略决策
		连锁企业管理沙盘软件	1 套			
		电脑	60 台			
		沙盘桌	15 张			
		椅子	60 张			
3	连锁企业门店营运与管理实训室 ★3D 仿真模拟实训	多媒体设备	1 套	60	模拟门店日常运营全流程，涵盖收银、销售、盘点、陈列理货、客服等核心岗位实操。	①承担《门店营运与管理实训》课程教学 ②实训项目：卖场布局、商品陈列、收银操作、盘点管理、开店闭店、排班管理、安全防损等
		电脑	60 台			
		桌椅	60 套			
		3D 门店管理与商品陈列软件	1 套			
4	零售数据分析与应用实训 ★校企合作共建实训室	多媒体设备	1 套	60	零售数据清洗筛选、人货场财多维数据分析与可视化呈现。	①承担《零售数据分析与应用实训》课程教学 ②实训项目：数据采集与清洗、数据分析与可视化、报表制作与分析、经营决策支持等
		电脑	60 台			
		桌椅	60 套			
		Office 软件	1 套			
		P 软件	1 套			
5	新媒体运营实训室 ★	多媒体设备	1 套	60	数字营销课证融通综合实训，对接	①承担《数字营销》、《新媒体运营实务实训》等课程教学。
		电脑	60 套			

	“课证融通”综合育人项目	桌椅	60 套		“1+X”数字营销职业技能等级证书考试。	②实训项目：短视频创作、直播带货、社群运营、内容策划与发布、新媒体数据分析等实训
		Office 软件	1 套			
		直播设备（灯光、摄像机、提词器、声卡）	1 套			
		新媒体运营实训平台	1 套			
6	智慧零售实训室	多媒体设备	1 套	60	全渠道零售运营与智能零售技术应用，对接行业数字化转型趋势。	①承担《门店数字化运营》、《AI 通识与零售应用》等课程实训 ②实训项目：线上线下融合（O2O）运营、小程序/APP 后台管理、外卖平台（美团/饿了么）店铺运营、会员体系搭建与权益打通、智能货架与自助收银操作、客流分析与热力图解读、AI 工具在零售中的应用（智能补货、智能排班）等
		电脑	60 套			
		桌椅	60 套			
		Office 软件	1 套			
		智慧零售综合平台（含 O2O 模拟系统）	1 套			

3.校外实习实训基地

与 3 家以上企业建立紧密的校企合作关系，并建立校外实习实训基地。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供理等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关行业发展的主流技术，可接纳不低于 30% 的本专业毕业生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价；做好学生实习服务和管理的工作，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

本专业与步步高、零食优选、麦当劳、盒马科技、零食很忙、沃尔玛等 20 余家核心企业深度合作。针对合作企业设立“订单班”，通过签订培养协议，实行学生与企业双向选择机制，订单班学生规模占专业总人数的比例不低于 50%。为订单班学生开辟专用轮岗门店，学生在校期间累计实训时间不少于 2 个月（其中大三下学期集中安排 2 个月真实岗位轮训），带薪实战，并由企业导师进行一对一指导。

本专业应具备的校外实习实训基地情况见下表：

表 9 校外实习实训基地功能与配备要求一览表

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
1	步步高商业连锁有限公司、沃尔玛超市、湖南金拱门食品有限公司（麦当劳）、本社生活、零食优选、新高桥等	门店各岗位参观与认知实习	连锁企业认知实训	60
2	零食很忙商业连锁有限公司、好润佳超市集团、零食优选、禾丰宜校园超市	品类管理员 等岗位	品类管理实训	60
3	零食很忙商业连锁有限公司、新佳宜连锁便利店、步步高梅溪湖新天地超市、顺君校园超市	理货、收银、客服等营运岗位	门店营运与管理实训	60
4	零食很忙商业连锁有限公司、禾丰宜校园超市、零食优选校园店、顺君校园超市	数据分析类岗位	零售数据分析与应用实训	100
5	零食很忙商业连锁有限公司、茶颜悦色、新佳宜、零食优选等	新媒体运营类岗位	新媒体运营实训	100
8	步步高商业连锁有限公司、盒马（中国）科技网络有限公司、零食很忙商业连锁有限公司、肯德基、沃尔玛超市、新佳宜连锁有限公司、湖南金拱门食品有限公司（麦当劳）、好润佳超市集团等	门店营运岗 品类管理岗 数字营销岗	岗位实习	100

（三）专业教学资源

1.教材基本要求

（1）优先选用国家和省级职业教育优秀教材、规划教材，专业课程主要选用校企合作编写正式出版的教材。

（2）学校、企业、行业“三元”联合创作编写教学材料，创新开发的活页式教材、工作手册式教材、数字教材和配套技术规范卡片、口袋书。

（3）教辅材料内容应体现本行业的新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，应以真实生产项目、典型工作任务、工程实践案例等为载体，适用于模块化、项目化课程教学，符合国家专业教学标准和职业标准（规范）要求，体现课程思政和产业变化。

表 10 连锁经营与管理专业教材选用（部分）

序号	教材名称	教材类型	作者	出版社	出版日期	对应课程
1	零售数据分析与应用 （第二版）	国家职业教育连锁经营管理 专业教学资源库配套教材	李卫华 郭玉金	高等教育出版社	2022.2	零售数据分析与 应用
2	连锁企业品类管理 （第4版）	“十四五”职业教育国家规划 教材、国家职业教育连锁经营 与管理专业教学资源库配套 教材	李卫华 郭玉金	高等教育出版社	2024.1	品类管理实务

2.数字资源配备基本要求

不断更新专业网页，进一步充实教学资源库。及时将本专业人才培养方案、课程标准、授课计划等教学文件以及主干核心课程的教案、课件、习题库等教学资源上网，并及时更新。建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、课程思政元素资源库、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等

专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

3. 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，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：

（1）有关专业教学辅助资料，如连锁经营管理标准、连锁经营管理专业技能抽查标准与题库、门店运营与管理、零售数据分析与应用、管理学、经济学、数字化、新媒体等相关图书和文献资料。

（2）有关专业建设储备的文献资料，如连锁经营与管理专业国家标准、连锁经营与管理专业实训标准、兄弟院校连锁经营与管理专业人才培养方案和技能抽查标准及题库等基础资料。

（四）教学方法

专业课程教学采用多样化的教学组织形式，可根据案例或项目需要，灵活开展按班授课、分组授课、开放式授课等。例如，《连锁经营管理实务》等主干课程即采取按班授课与分组授课相结合的方式。

以典型项目为载体设计教学组织形式。专业核心课程及实训课程在真实的典型项目任务情境中，完成岗位技能教学与实训。例如，《门店营运与管理实务》在课程教学与实训实施过程中，基于人、货、场、财等岗位任务情境，开展教学与实训工作。

3. 以课程设计为核心，以课程内容为载体，根据学生的个体差异设计多样化的课程实训方式，实现分层教学、因材施教。

施教的课程教学特色。针对同一门课程，设计不同难度、借助不同资源、采用不同手段的实训方式，尽可能帮助所有学生顺利完成实训内容，达成实训目标与要求。例如，《品类管理实务》课程及其实训即按照“1+X”品类管理职业技能等级证书中不同级别的考证要求，开展分层级教学。

4.本专业在岗位实习教学活动中，探索开展产教融合、校企合作、工学交替的“三双、三融、三共同”岗位实习模式。其中，“三双”指实习管理实行“双主体”，实习指导配备“双导师”，岗位实习实施“双员制”；“三融”指专业知识学习任务与岗位实习项目相融合，毕业设计 with 顶岗任务相融合，学校文化与企业文化相融合；“三共同”指学校与企业共同设计评价标准，企业师傅与专业教师共同评价学习及实习成效，学校与企业共同保障学生在实习中的合法权益。

5.建立校企“双元”育人机制

教师挂职+学生订单联动：挂职教师担任订单班班主任，企业导师担任实习师傅；企业提供真实数据系统接入教学（ERP、BI平台），学生在校即可操作企业级工具；学校为企业提供员工培训、管理咨询等反哺服务，形成互利共赢。

（五）学习评价

1. 评价理念

坚持理论与实践相结合的理念，突出专业课程与实践岗位对接，注重综合素质评价，依托超星学习通等智慧教学平台、连锁企业经营管理沙盘、零售数据分析与BI工具等专业实训软件，以及AI辅助评价工具，建立吸纳行业企业和

社会有关方面组织参与的形成性多元考核评价体系,促进学生全面成长。

2. 评价要求

(1) 评价方式

各课程的考核评价方式须符合学校学生成绩管理的相关规定。具体安排如下:

大部分专业基础课采用闭卷考试与案例分析相结合的方式,侧重理论考核;

大部分专业核心课以模拟实训和企业真实项目为主,强化技能应用;

大部分拓展课通过创新创业方案设计与成果评价,检验实践创新能力。

所有课程均采用“过程性评价+终结性评价”双轨制,并融入实习、项目等环节的评分,确保考核的规范性与职业导向性。

(2) 评价内容

课程考核评价内容兼顾认知、技能、情感三个维度,并将过程性评价与终结性评价相结合。为鼓励并重视学生的自我成长,在专业核心课程的教学过程中探索并开展具有课程特色的增值性评价方式。

具体而言:

认知维度:通过理论知识考核与案例研讨,夯实专业基础;

技能维度：聚焦实操能力，结合模拟实训与真实项目，强化岗位适配性；

情感维度：通过团队协作互评与职业素养记录，培养职业道德与抗压能力。

同时，过程性评价与终结性评价动态结合，并引入增值性评价。通过对比学生入学与毕业时的能力数据，结合企业导师对实习进步的评分，量化自我成长成效，突出课程特色与职业能力进阶。

（3）评价主体

课程考核评价主体包括教师、学生和企业等多方参与，形成由教师评价、学生自评、学生互评和企业评价相结合的多元评价机制。

教师评价：主导知识体系构建与技能规范指导，通过理论考核与实操反馈，夯实专业基础；

学生自评：强化反思意识与自主管理能力，推动个性化学习改进；

学生互评：促进团队协作与技能互补，模拟职场互动，提升沟通效率；

企业评价：对接岗位需求，验证实践能力与行业标准的匹配度，提供真实项目反馈。

四维评价主体协同作用，形成“知识+能力+素养”的闭环评价体系，有效提升学生的综合职业竞争力。

3.学习成果学分认定

学生获得政府部门批准的职业技能等级证书或职业资格证书，参加职业院校技能大赛智慧零售运营与管理技能竞赛、人力资源管理赛项获省级二等奖或以上奖项，依据学校《湖南商务职业技术学院“学分银行”实施细则》（湘商职院发〔2023〕27号）置换学分，鼓励学生多维度发展。具体如表所示。

表10 职业证书、技能比赛与学分置换表

序号	证书/获奖等级				可置换课程	可置换学分	置换要求
	类型	证书/赛项名称	主办单位	等级			
1	职业技能等级证书	“1+X” 品类管理职业技能等级证书（中级）	北京睿学云诚教育咨询有限公司	中级	品类管理实务	4.5	获得职业技能等级证书后依据学校相关制度置换学分。
					品类管理实训		
2	职业技能等级证书	“1+X” 数字营销技术应用职业技能等级证书(中级)	中教畅享科技有限公司	中级	数字营销基础	3	
					数字营销综合实训		
3	专业技能竞赛（I类赛）	湖南省职业院校技能竞赛（智慧零售运营与管理技能竞赛）	湖南省教育厅、湖南省商务厅	省一等奖	可任意置换对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合实践、专业选修课	16	
				省二等奖		12	
				省三等奖		12	
4	专业技能竞赛（I类赛）	湖南省职业院校技能竞赛（人力资源管理赛项）	湖南省教育厅、湖南省人力资源和社会保障厅	省一等奖	可任意置换对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合实践、专业选修课	16	
				省二等奖		12	
				省三等奖		12	

（六）质量管理

1.建立常态化专业建设和教学质量诊断与改进机制，，

完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课等教研活动。

3.改革学生评价手段和方法，广泛吸收就业单位、合作企业、社会、家长参与学生质量评价，采取过程评价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式；应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4.关注课程学习评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试等多种方式，注重学生动手能力、协作能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

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

九、毕业要求

1.原则要求

（1）具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；

(2) 掌握高等职业学校必须的思想政治理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

(3) 具有良好的职业道德和职业素养，能够从事本专业（或专业方向）就业面向岗位的工作；

(4) 身心健康，人格健全。

2.具体要求

(1) 修满 144 学分。其中：公共基础课程模块 52 学分（含公共基础任选课程 4 学分），专业基础课程模块 19 学分，专业核心课程模块 22 学分，专业拓展选修课程模块 13 学分，专业集中实训课程模块 38 学分。

(2) 岗位实习合格、毕业设计合格、技能抽查合格、素质教育考核合格、学业成绩合格、专业综合水平测试合格。

十、其他

(一) 引用的技术规范

教育部职业教育与成人教育司，职业教育专业教学标准，2025 年修订；

(二) 学分银行转换的说明

1.职业资格证书及“1+X”证书学分置换

实行书证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干本专业及相关专业职业技能等级证书。根据学校《湖南商务职业技术学院“学分银行”实施细则》（湘商职院发〔2023〕27号）相关规定，各类职业技能等级证书可置换相关课程、计算学分，具体见下表：

表 11 职业技能证书转换学分、课程表

序号	证书名称	可转换的学分	可置换的专业课程	备注
1	“1+X” 品类管理职业技	3	《品类管理实务》	具体名称

	能等级证书（中级）			待教育部 颁发
2	“1+X”数字营销技术应用职业等级证书（中级）	2	《数字营销基础》	

3.对于应征入伍服兵役退役、自学考试、社会实践、创新创业等情况,依据学校学分管理制度相关规定进行学分置换。

附录

- 1.专业人才培养方案调整审批表
- 2.专业人才培养方案论证意见表
- 3.公共基础课开设统筹安排表

附录 1

专业人才培养方案调整审批表

专业名称		所属二级院（部）		使用年级	20XX 级
专业人才培养方案调整内容					
课程名称		课程性质		调整类别	
调整事项					
调整原因					
专业教研室主任意见： 签字： 年 月 日			二级院（部）负责人意见： 签字： 年 月 日		
教务处审核意见： 签字： 年 月 日					
主管教学工作副校长意见： 签字： 年 月 日					
校长意见： 签字： 年 月 日					

注：(1) 调整类别主要是指课程名称、学时(学分)、开课时间、增开或停开课程、课程性质(课程的必修和选修属性)及考核方式等的变动。(2) 调整事项是对调整内容及调整后人才培养方案变化情况的详细说明。(3) 本表一式三份，专业教研室、二级院(部)、教务处各存一份。

附录 2

专业人才培养方案论证意见表

论证专业名称				论证时间 (年月日)	
论 证 专 家	姓名	工作单位	职称/职务	论证身份	签名(手写)
论 证 意 见					

	专家论证组组长签字： 年 月 日
备注	论证身份包括同行专家、校内专家、思政专家、企业专家、毕业生代表、在校生代表等