**连锁经营与管理专业人才培养方案**

**一、专业名称及代码**

专业名称：连锁经营与管理 专业代码：530602

**二、入学要求**

本专业招应、往届高中毕业生和同等学历的三校生。

**三、修业年限**

本专业为全日制大学专科，学制三年。

**四、职业面向**

岗位群：连锁企业总部、连锁企业配送中心、连锁门店经营管理岗位。

具体岗位：本专业培养的毕业生面向各类连锁企业。主要从事理货、门店销售、仓储、配送、市场营销调查与策划、门店开发、形象设计和门店经营管理等工作。

**五、培养目标**

本专业培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向零售业、现代服务业等行业营采销业务的基层操作与基层管理岗位群，能够从事连锁门店营运管理、巡店督导、连锁拓展、采购管理、数据分析等工作的高素质技术技能人才。

**六、培养规格**

（一）素质结构：

1.坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

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

3.具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

4.勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

5.具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1～2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

6 .具有一定的审美和人文素养，能够形成12项艺术特长或爱好。

（二）知识结构：

1.具有必备的哲学政治、法律法规、人文心理、外语计算机及就业常识等文化基础知识。

2.具有现代连锁经营相适应的理财、营销、物流、法律等综合知识。

3.掌握连锁经营体系的基本构成和主要推广与管控的相关知识。

4.掌握连锁企业在人、财、物、信息等管理的基本知识和技术。

5.掌握连锁门店营运管理的主要工作内容、工作流程等相关知识。

6.掌握数字化时代连锁企业信息管理的主要工作内容和方法。

（三）能力结构：

1.具有基本的“说、写、策、作、行”等思维与表达能力。

2.具有一定的人际沟通能力和统筹协调能力。

3.具有能够进行连锁经营体系的推广，并根据总部规范对区域内门店运营进行监督指导的能力。

4.具有较强的信息收集与处理能力，调研与分析能力，具有一般的创作与审美能力。

5.具有较强的连锁门店运营和商品陈列设计能力。

6.具有能够实施连锁门店标准化营运流程并进行管理，控制营运成本、商品或服务质量，完成营运目标，上报营运数据的能力。

**七、课程设置和要求：**

（一）公共基础课程

军事技能、军事理论、大学生安全教育、大学生健康教育、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想、邓小平理论和三个代表重要思想理论体系概述、体育、大学基础英语、计算机应用基础、大学语文、形势与政策、就业与创业指导（职业发展教育、创新与创业基础、就业指导）、dreamweaver、多媒体应用技术、美学概论、办公自动化、劳动等。

（二）专业（技能）课程

1.专业基础课程

公共关系、营销礼仪、公司管理、商务谈判、消费行为研究、民俗学等。

2.专业核心课程

连锁经营与管理原理、商务活动创意、经营之路之活动策划、品牌策划与品牌维护、连锁企业门店开发与设计、连锁企业促销策划、特许经营实务、卖场规划与商品陈列等。

3.专业拓展课程

广告学、定位学、营销谋略、互联网营销、广告心略、市场调查、传播学、广告创意等。

（三）公共基础课程说明

根据党和国家有关文件规定、专业人才培养目标和人才培养规格定位，开设了思想道德与法治、形势与政策、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、大学生心理健康教育、大学生安全教育、军事技能、军事理论、就业与创业指导（职业发展教育、创新与创业基础、就业指导）、劳动、大学语文、体育、大学基础英语、计算机应用基础、dreamweaver、多媒体技术应用、办公自动化等课程。

《思想道德与法治》是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课。学习本课程，有助于大学生领悟人生真谛，坚定理想信念，践行社会主义核心价值观，做新时代的忠诚爱国者和改革创新的生力军；有助于大学生形成正确的道德认知，积极投身道德实践，做明大德、守公德、严私德的新时代青年；有助于大学生全面把握社会主义法律的本质、运行和体系，做一名具备优秀的思想道德素质和法治素养的大学生。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》是着重讲述马克思主义中国化的两大理论成果——毛泽东思想和中国特色的社会主义理论体系的形成发展、基本原理和理论价值与实践意义的课程。通过学习马克思主义中国化的理论成果，帮助学生理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系，引导学生深刻理解马克思主义为什么行，中国共产党为什么能，中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。

《形势与政策》是高校思想政治理论课的重要组成部分，通过适时地进行形势政策、世界政治经济与国际关系等基本知识的教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，全面认识和正确理解党的基本路线、重大方针和政策，正确认识世情、国情和党情，掌握时代的脉搏，激发爱国主义精神，增强民族自信心和社会责任感，珍惜和维护国家稳定的大局，使大学生有坚定的立场、有较强的分析能力和适应能力。

《大学生心理健康教育》集知识传授、心理体验与行为训练为一体，课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识。掌握并应用自我调适和心理健康的基本知识，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

《大学基础英语》课程包括听、说、读、写、译等各方面的教学内容。以英语语言知识与应用技能、学习策略和跨文化交际为基础，以英语教学理论为指导，并集多种教学模式和教学手段为一体的教学体系，教学目标是培养学生英语综合应用能力。

《大学语文》是一门以人文素质教育为核心，融语文教育的人文性、工具性、审美性为一体的课程。课程内容包括古代诗词、古代散文、现代诗歌、现代散文、古今小说五个方面。通过课堂讲授精选的古今中外优秀文学名著，培养学生的文字写作、语言表达、艺术素养和美好的思想情操，全面提高学生的思考能力及中文写作水平，有效配合其他课程的学习，为其日后的工作和进修打下坚实的基础。

《体育》课程是实施素质教育和培养德智体美劳全面发展人才不可缺少的重要途径。通过本课程的学习，使学生能明确“健康第一”的健身指导思想，促进学生身心健康成长；激发运动兴趣，养成终身体育的意识；增强学生体能，让学生掌握应用基本的体育与健康知识和运动技能；发扬体育精神，形成积极进取、乐观开朗的生活态度。

《计算机应用基础》是适应信息化社会发展和办公需要、提高学生计算机使用能力的课程。主要内容包括计算机的基础知识、基本操作、word文字处理软件和excel电子表格的基本使用。通过该课程的学习，学生能熟练使用计算机操作系统、用word进行文字排版、用excel电子表格进行基本的数据处理以及使用网络进行信息获得。同时培养学生使用计算机获取知识的能力，从而促进其他知识的学习。

《办公自动化》随着计算机技术和计算机网络的普及和发展，计算机办公越来越成为办公的基本形式。本课程是以计算机基础为起点，以办公自动化理论、办公自动化软件为主要内容，在计算机基础的起点之上继续深入的学习word、excel和 Powerpoint等office办公软件，同时加入网络办公的部分内容以及打印机等常用办公设备的使用与日常维护。

《多媒体技术应用》课程主要介绍Photoshop处理图像和合成图像、利用premier进行视频剪辑以及常用的手机剪辑软件的使用。通过本课程的学习，使学生理解多媒体技术的基本概念和主要功能，掌握常用的多媒体工具软件的使用方法，基本图形、图像的处理能力，音频和视频的处理能力。

《Dreamweaver》课程主要内容是利用Dreamweaver开发工具进行网页设计，包括新建、编辑和设置一个web站点，设置页面属性，设置、编辑CSS层叠样式表，文字、表格和层的排版，框架、模板的建立，库的使用和编辑等。通过本课程的学习，使学生能够熟练操作软件，运用所学的知识进行网页设计。

（四）专业技能课程说明

1.公共关系

本课程鉴国内外公共关系的成熟理论和研究成果，融入信息时代的新思想和新举措，以公关主体、公众和传播这三个公共关系的构成要素为主线，深入浅出地阐述了公关的理论；在注重理论的逻辑性、结构的新颖性和严谨性的同时，强调了与组织管理活动的密切联系，详细介绍了公关实务的可行性操作方法。

2.营销礼仪

本课程详尽地介绍了营销过程中的礼仪，融人了营销礼仪实践成果，对与客户交流需注意细节的讲解是创新。本课程语言通俗易懂，深入浅出，内容包括：给客户留下良好的印象、与客户交流注意的细节、与客户高效地进行沟通、处理客户的异议、接待和营销活动中的礼仪、用餐、各国社交禁忌等。

3.公司管理

本课程主要对现代公司管理的理论知识作了介绍，具体内容包括现代公司的发展、现代公司的性质和边界、现代公司的产权和治理、现代公司的结构和战略、现代公司的经营者和经营行为、现代公司的资源管理、现代公司的资本运营管理、现代公司的变革与发展、大数据与现代公司管理。

4.商务谈判

本课程主要内容包括商务谈判概述、商务谈判的准备、商务谈判的开局阶段、商务谈判磋商、商务谈判僵局的处理、商务谈判的结束、商务谈判兵法谋略、网上商务谈判、跨文化谈判、商务谈判礼仪、商务谈判礼节、涉外商务谈判礼仪等。 练习题以实用型的开放题为主。

5.消费行为研究

本课程以心理学理论为基层，以丰富翔实的案例作为解析，系统阐述了消费者行为心理的基本规律，深度剖析了一系列行之有效的营销策略，从细节着手，以客户为重点，探析营销技巧，助你成为炙手可热的营销大师。

6.民俗学

本课程主要介绍民俗学学科的一些基本概念、原理、类型及其研究理论和方法。在运用先进的理论重点阐述神话、故事、传说、谚语、民歌、民谣、史诗、民间舞蹈、民间美术、民间建筑与服饰等民俗事项中，不乏新的内容和体系。通过学习本教材，学生可以掌握民俗学的基本知识，了解民俗学的基本理论和方法形态，具备从事民俗学工作的基本知识和能力。

7.连锁企业经营管理原理

本课程为专业必修课，主要介绍连锁经营的发展历程，实质与特征、基本模式、组织机构设计以及主要管理系统，并结合国内外连锁企业的成功案例，重点分析了连锁超级市场、便利店、专营店、百货商店四种业态形式，再此基础上针对目前中国连锁业所面临的市场环境，提出了进一步发展连锁经营对策。

8.商务活动实务

本课程主要讲述商务活动创意的理论知识及实践操作系统。阐述了商务活动创意的涵义，分析了创意行为要素，介绍了创意思维方式，提炼了商务活动创意的方法和技能。

9.经营之路

从活动策划的角度，以如何策划好活动，如何让活动出新意，如何做好活动预案确保活动出色完成为主题，与旅游休闲活动、商会活动、选美活动、电视活动、论坛活动、大型晚会、新活动等领域的活动策划人进行对话，总结其活动策划的实战经验。

10.品牌策划与品牌维护

本课程对于品牌策划与品牌维护的过程及细节进行了较为全面、系统的研究。通过案例分析，学生更能深刻理解什么是品牌策划，怎样进行品牌策划与品牌维护。并遵循“学以致用”的原则，对重点内容进行挖掘，突出应用性和实践性。

11.连锁企业门店开发与设计

本课程以连锁门店从无到有的建立过程为主线，以工作项目为驱动，以工作任务为领，以实际业务为案例，参照连锁企业门店开发设计标准，，按照现代连锁企业职业岗位和职业能力的要求，构建项目模块。

12.连锁企业促销策划

本课程根据连锁企业促销策划的行业发展、课程更新，对授课内容、体例及案例做了较大改动。课程基于大量对连锁企业促销经营实例的分析，实践意义极强。内容丰富，注重实战教学，除包括引导案例、相关链接、职业指导、复习思考题和实训项目等栏目外，还附有较多案例。

13.特许经营实务

本课程突出应用型人才的培养目标，力求克服理论说教的空洞，既强调实践操作，又有理论支撑，做到理论和实践相结合，兼顾不同的业态和业种，在把握特许经营核心内涵的基础上，反映了零售业的发展趋势和实践成果。课程设置了引例、案例精析、职场指南、基础训练、实践训练等栏目，特别注重案例的选择、编写和分析，重视实践训练的针对性、操作性与应用性。

14.卖场规划与商品陈列

本课程主要介绍了新零售时代商场超市的转型、商场超市卖场布局概述、商场超市外部规划与布局、商场超市内部规划与布局、商场超市商品规划与布局、商场超市商品陈列概述、生鲜区商品陈列、食品区商品陈列、非食品区商品陈列和、服饰区商品陈列9个部分的内容。课程定位于实操读本，完全去理论化，内容简洁实用，同时板块设置精巧、结构清晰明确。

15.广告学

本课程在授课过程中加入了相关广告策划方法的学习内容和相关实训，使学生通过学习课程能够为大学生广告艺术大赛真实企业进行全面广告策划，从而达到学以致用的目的。内容包括导论、广告调查、广告心理、广告创意原理及思考方法、广告创意策略、广告战略与广告策划、广告主题策划、广告预算、广告创作、广告媒体及选择、广告效果评估和广告管理。

16.定位学

本课程生动地讲析了定位理论与品类战略的成功原则和方法，深入浅出地解读了品类创新的细节与过程。涵盖多个行业及企业定位案例，从一线企业家视角真实反映品类战略落地企业，理论、实践融为一体。

17.营销谋略

本课程摄取华夏谋略之精髓，借鉴并参考国内外资深学者专家的研究成果，并加以提炼、升华，力图对现代市场营销予以全面的阐释，使其兼顾理论和实务，既注重新层次的理论挖掘，更注重其具体操作的实用性。

18.互联网营销

本课程分为理论篇、实战篇、案例篇三个部分。其内容涵盖互联网营销领域经典理论，详尽透彻，结构合理，逻辑性强。课程沿着“理论一实践一案例”的逻辑主线进行教学，由浅入深，通俗易懂。针对性强，内容合理、新颖，篇幅适当，经济实用。

19.广告心略

本课程从广告运作的角度，对广告策略的心理基础、广告策划的心理依据和方法、广告说服的原理和方法、广告表现的心理规律、媒体策划心理、广告要素及其心理效应、广告效果测量等内容进行了系统阐述。内容丰富、资料翔实，注重理论性和实用性的结合。

20.市场调查

本课程明确了市场调查与预测是为企业进行营销决策和营销管理提供信息的工作过程及方法。使用科学的方法进行调查与预测，能够帮助企业更加合理地确定和选择营销目标，确定企业营销中存在的问题和问题产生的根源，制订、评估和选择解决营销问题的决策方案。

21.传播学

本课程结合新媒介技术的发展，阐释人类社会的信息传播现象，注重概念的明晰性和理论的系统性，对现代信息社会中的人内传播、人际传播、群体传播、组织传播、大众传播、网络传播、国际传播与全球传播等领域中的许多理论和现实课题进行了深入的剖析，从而勾勒出传播学的基本理论体系和框架。

22.广告创意

本课程授课坚持学理性和实践性相结合，专业性和通识性相统一，运用大量优秀广告作品和实践案例，趣味十足地讲述广告创意知识，展现广告创意魅力。创意是灵动的，创意也是有趣的，课程旨在让学生在轻松的学习环境中走近广告，了解广告创意的过程，培养广告创意的思维，掌握广告创意的方法，体验广告创意之美。

23.广告媒体

本课程系统梳理广告媒体策略的经典理论和方法、以及研究成果为经纬来设计框架。一方面，从理论角度进行条分缕析，在把握媒体生态的演进趋势以及不同媒体形态传播特征的基础上，以全新的视角对广告媒体策略的内涵、理论背景、组成部分和基本方法等进行了系统论述；另一方面，从实践的角度，通过企业经典标杆个案的研究，尤其是学生实践个案的编撰，深入剖析和总结了广告媒体策略的实践经验。

（五）设置说明

随着市场经济的发展，企业对连锁经营与管理人才有了新的要求，高职院校在人才培养方面需要突出高素质技术技能人才的培养，不断提升学生的就业能力和可持续发展能力，因此在课程设置上也要进行突出，不断进行课程体系的调整，对教学内容进行优化，在确保专业基础知识够用的前提下，重点建设专业核心课程，同时结合行业发展、职业发展和区域经济发展的实际情况，不断调整专业拓展课程，以理论够用，突出技术技能训练为主完成各个学期的课程设置。

**八、连锁经营与管理专业课程进程表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **序****号** | **课 程 名 称** | **考核****方式** | **学分** | **学 时 数** | **开课学期及周学时** |
| **考 试** | **考 查** |  | **计划学时** | **其 中** | **第一学年** | **第二学年** | **第三学年** |
| **讲授学时** | **实训学时** | **第一学期（15周）** | **第二学期（17周）** | **第三学期（17周）** | **第四学期（17周）** | **第五学期（17周）** | **第六学期（20周）** |
| **公共基础课** | **1** | **军事技能** |  | **√** | **2** | **72** |  | **72** | **72** |  |  |  |  |  |
| **2** | **军事理论** |  | **√** | **2** | **30** | **30** |  | **2** |  |  |  |  |  |
| **3** | **大学生安全教育** |  | **√** | **0.5** | **10** | **10** |  | **2(5周)** |  |  |  |  |  |
| **4** | **大学生健康教育** |  | **√** | **2** | **30** | **30** |  | **2** |  |  |  |  |  |
| **5** | **思想道德修养与法律基础** | **√** |  | **3** | **45** | **45** |  | **3** |  |  |  |  |  |
| **6** | **毛泽东思想、邓小平理论和三个代理重要思想理论体系概述** | **√** |  | **4** | **68** | **68** |  |  | **4** |  |  |  |  |
| **7** | **体育** |  | **√** | **3** | **64** |  | **64** | **2** | **2** |  |  |  |  |
| **8** | **大学基础英语** | **√** |  | **4** | **132** | **92** | **40** | **2** | **2** | **2** |  |  |  |
| **9** | **计算机应用基础** | **√** |  | **2** | **30** | **15** | **15** | **2** |  |  |  |  |  |
| **10** | **大学语文** |  | **√** | **2** | **34** | **34** |  |  | **2** |  |  |  |  |
| **11** | **形势与政策** |  | **√** | **3** | **51** | **51** |  |  | **1** | **1** |  |  |  |
| **12** | **就业与创业指导（职业发展教育、创新与创业基础、就业指导）** |  | **√** | **2** | **46** | **46** |  |  | **2(13周)** |  |  |  |  |
| **13** | **dreamweaver** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  | **2** |  |  |  |
| **14** | **多媒体技术应用** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  | **2** |  |  |  |  |
| **15** | **美学概论** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  |  | **2** |  |  |
| **17** | **办公自动化** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  | **2** |  |  |  |  |
| **17** | **劳动** |  |  | **2** | **96** | **16** | **80** |  | **48** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **合计** |  |  | **39** | **844** | **505** | **339** | **13** | **15** | **5** | **2** |  |  |
| **课程类别** | **序****号** | **课 程 名 称** | **考核****方式** | **学分** | **学 时 数** | **开课学期及周学时** |
| **考 试** | **考 查** |  | **计划学时** | **其 中** | **第一学年** | **第二学年** | **第三学年** |
| **讲授学时** | **实训学时** | **第一学期（15周）** | **第二学期（17周）** | **第三学期（17周）** | **第四学期（17周）** | **第五学期（17周）** | **第六学期（20周）** |
| **专业（技能）课** | **1** | **连锁企业经营与管理原理** | **√** |  | **2** | **30** | **15** | **15** | **2** |  |  |  |  |  |
| **2** | **消费行为研究** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  | **2** |  |  |  |
| **3** | **品牌策划与品牌维护** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** | **2** |  |  |  |  |  |
| **4** | **公共关系** |  | **√** | **4** | **60** | **30** | **30** | **2** |  |  |  |  |  |
| **5** | **商务活动实务** | **√** |  | **4** | **60** | **30** | **30** | **4** |  |  |  |  |  |
| **6** | **广告学** | **√** |  | **4** | **60** | **30** | **30** | **4** |  |  |  |  |  |
| **7** | **商务谈判** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  | **4** |  |  |  |
| **8** | **经营之路** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** |  | **2** |  |  |  |  |
| **9** | **连锁企业门店开发设计** | **√** |  | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  |  | **4** |  |  |
| **10** | **营销谋略** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  | **2** |  |  |  |  |
| **11** | **定位学** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  | **2** |  |  |  |  |
| **12** | **连锁企业门店市场营销** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  |  | **4** |  |  |
| **13** | **互联网营销** | **√** |  | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  | **4** |  |  |  |
| **14** | **广告媒体** | **√** |  | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  | **2** |  |  |  |
| **15** | **广告心略** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  |  | **4** |  |  |
| **16** | **特许经营实务** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  |  |  | **4** |  |
| **17** | **市场调查** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  |  | **4** |  |  |
| **18** | **卖场规划与商品陈列** | **√** |  | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  |  |  | **4** |  |
| **19** | **传播学** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  |  | **4** |  |  |
| **20** | **营销礼仪** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  | **2** |  |  |  |
| **21** | **民俗学** | **√** |  | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  | **2** |  |  |  |
| **22** | **广告创意** |  | **√** | **4** | **68** | **34** | **34** |  |  |  |  | **4** |  |
| **23** | **公司管理** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  | **2** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **选修课** |  |  |  | **306** | **153** | **153** |  | **2** | **2** | **6** | **6** |  |
|  | **顶岗实习（毕业设计）** |  |  | **21** | **600** |  | **600** |  |  |  |  |  | **30** |
|  | **周学时** |  |  |  |  |  |  | **25** | **27** | **25** | **22** | **24** | **30** |
|  | **合计** |  |  | **97** | **2170** | **785** | **1385** |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **总计** |  |  | **136** | **3014** | **1290** | **1724** |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **序****号** | **课 程 名 称** | **考核****方式** | **学分** | **学 时 数** | **开课学期及周学时** |
| **考 试** | **考 查** |  | **计划学时** | **其 中** | **第一学年** | **第二学年** | **第三学年** |
| **讲授学时** | **实训学时** | **第一学期（15周）** | **第二学期（17周）** | **第三学期（17周）** | **第四学期（17周）** | **第五学期（17周）** | **第六学期（17周）** |
| **选　修课** | **1** | **新媒体营销** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  |  |  | **2** |  |
| **2** | **商务企划** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  | **2** |  |  |  |
| **3** | **备战职场** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  |  |  | **2** |  |
| **4** | **谈判艺术** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  |  |  | **2** |  |
| **5** | **艺术美学** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  |  | **2** |  |  |
| **6** | **广告运营动态技能** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  | **2** |  |  |  |  |
| **7** | **营销经典案例赏析** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  |  | **2** |  |  |
| **8** | **情感营销** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  |  | **2** |  |  |
| **9** | **心理效应解析** |  | **√** | **2** | **34** | **17** | **17** |  |  | **2** |  |  |  |
| **10** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **合计** | **18** | **306** | **153** | **153** |  | **2** | **4** | **6** | **6** |  |

**九、课时分配比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程类别 | 课时数 | 占总课比例（%） |
| 公共基础课 | 844 | 28.00 |
| 专业（技能）课 | 1264 | 41.93 |
| 顶岗实习 | 600 | 19.90 |
| 选修课 |  306 | 10.15 |
| 总课时 | 3014 |

**十、实施保障**

（一）师资队伍

为保证教学内容的实施，连锁经营与管理专业重视师资队伍建设，现拥有一支理论教学水平高，实践能力强，知识结构合理，满足教学、科研需要的双师素质师资队伍。

1.队伍结构

连锁经营与管理专业现有专兼职教师8名，其中专职教师5名，兼职教师3名。研究生学历专任教师占比超过百分之二十；高级职称教师占比超过百分之二十；青年专任教师占比超过百分之六十。承担连锁经营与管理专业学生的日常授课、工作室教学、实习指导和毕业设计指导等工作。连锁经营与管理专业现已形成职称、年龄、学历合理的专任教师队伍。本专业教师近几年在国内外专业刊物发表教学与科研论文数篇；完成多项科研项目。

2.专任教师

专任教师具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；专任教师具有市场营销、管理学、传播学等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；为了丰富专任教师的企业实践经历，每个学期的寒暑假，专任教师都要深入企业参加社会实践，每学期不少于15天，每学年不少于一个月。

3.专业带头人

连锁经营与管理专业带头人具备副高职称，能够比较好地把握国内外行业、专业发展，能够与行业企业进行广泛的联系，及时了解行业企业对连锁经营与管理专业的人才需求变化，适时进行教学设计，专业研究能力强，能够有效的组织开展科研工作。

4.兼职教师

按照内培和外引相结合的原则，从企业引进营销能力强，有丰富实战经验，在行业知名度高，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，担任专业实习实训指导，并对学生的职业发展规划进行指导。

（二）教学设施

1.专业教室基本条件

连锁经营与管理专业教室配有黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入，能够实施网络安全防护措施；进行了应急照明装置的安装，应急照明装置处于良好工作状态，有明确的紧急疏散标志，符合紧急疏散要求。

2.校内实训教室基本条件

为了强化学生的职业能力训练，本专业建成3个连锁业务综合实训教室，用以支撑连锁专业核心课程教学以及认知实训、单项实训和综合实训。实训室内有多媒体设备、投影仪、黑板、计算机、常用办公软件、讨论工位、会议桌等，能很好的满足学生的综合实训需要。

3.校外实训基地

连锁经营与管理专业现有稳定的校外实训基地，包括华强集团沈阳方特欢乐世界、东北大妈、辽宁世联群创管理有限公司、贝壳找房、家乐福、厦门天马集团等。能够开展销售、商品陈列、卖场布局等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师明确，同时配有明确的实训管理制度和相关的实施保障制度。

4.学生实习基地

为了强化学生的专业实习，在保证校外实习基地稳定的情况下，结合市场人才需求不断开拓，进而为学生提供销售顾问、收银、市场专员等实习岗位，目前连锁经营与管理专业主要的实习基地包括辽宁贝壳房地产经纪有限公司、中天嘉华股份有限公司、金艺绘教育集团等，能够接纳一定规模的学生实习；同时配有专门的指导教师对学生实习进行指导和管理；实习生的日常工作、学习、生活都有明确的规章制度，并制定了实习安全和保险保障。

5.信息化教学

连锁经营与管理专业具有可利用的数字化教学资源库、文献资料等信息化教学条件，教师借助于信息化教学资源和教学平台，不断进行教学方法的创新，引导学生利用信息化教学条件进行自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

1.教材选用

本专业教学主要采用 “十三五” 国家职业教育规划教材和学校与企业共同开发的校本教材进行授课，同时配备连锁经营管理国家教学资源库以及学校自行开发的网络资源和教学资源，对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等严格执行教材选用文件规定，禁止不合格的教材进入课堂。数字资源配备种类丰富、形式多样、使用便捷、满足教学。

2.图书文献配备

连锁经营与管理专业现有的专业类图书文献涵盖了市场营销理论、技术、方法、思维、经济、管理、信息技术等多个领域，结合人才培养目标、专业建设需要、科研需要不断进行图书文献的补充。

3.数字教学资源配置

连锁经营与管理专业不断建设专业教学资源库，包括教学课件、数字教材、数字化教学案例库、教学视频库等，并结合人才培养和教学的需要，进行了专业视频的拍摄，目前共完成教学视频21个，涉及商品陈列、卖场布局、促销、店铺选址等多个领域。

（四）教学方法

为提升教学效果，保证教学质量，我专业不断进行教学方法的探索和改革，现已取得了初步的教学成果。主要的教学方法有案例教学法，现各个专业课程都已形成了相应的案例库；小组讨论法，突出课堂教学的互动性，同时强调成员之间的相互评价和教师点评；演示性教学，主要以教师演示和视频演示为主；任务驱动法，即成立项目小组，确定项目实施的目标，以此培养学生的解决问题的能力；主助自三位一体教学法，即六课时为一个单元，其中两课时主训课，由主训老师承担课程技能点的提炼、阐释、演练、视频播放以及技能标准明确，然后学生根据教师的演示进行体验训练，之后主训教师结合训练标准进行点评，最后布置助训任务。接下来两课时助训，由助训教师来承担技能点阐释，然后学生分组训练、学生互评，教师点评，最后布置组长课后自训的任务等。最后两课时为自训环节，由组长在晚自习和课后组织，对助训课技能演示不熟练的同学进行强化训练，在下节课由助训教师抽查。

（五）学习评价

在教学过程中，我们根据不同类型的课程，采取灵活多样考核方式，重点考察学生对所学知识的综合运用能力和解决问题的实际能力。比如基础课程主要采取以知识掌握的考核为主，采取开卷与口试相结合的方式进行考核；专业课程采取理论与实际项目课题相结合的方式进行学生操作技能的考核。通过考核方法的改革，使学生更好的掌握理论知识，同时更好的掌握专业技能，突出职业能力的培养，强化高素质技术技能人才的培养。

（六）质量管理

连锁经营与管理专业连续三年平均就业率95%以上，双证书率100%。

积极开展连锁经营与管理专业课程教学质量保障体系建设，建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，不断健全教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计、人才培养方案更新等质量标准，为不断提高人才培养质量提供制度保障。

建立毕业生信息平台，采取多种形式和途径进行毕业生质量跟踪调查、用人单位评价的反馈，实现质量评价标准社会化，与职业资格衔接。

引入第三方人才培养质量评价体系，通过引入社会第三方人才培养评价体系，对市场营销专业的人才培养质量进行评价。

**十一、毕业要求**

连锁经营与管理专业的学生需要完成三年的专业学习，同时完成规定的教学活动，完成基本素质、文化素质和专业基础素质的培养，具备专业要求的相关能力，各门课程考核均及格的情况下，准予毕业。