

连锁经营与管理专业 2023 级专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：连锁经营与管理

专业代码：730601

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、基本修业年限

基本修业年限 3 年，根据学生灵活学习需求可拓展到 5 年。

四、职业面向

序号	专业所属 大类 (代码)	面向行业	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域举例	对应的职业技能等 级证书/社会认可度 高的行业企业标准 和证书	对接的权 威职业技 能大赛
1	工商管理 类 (7306)	零售业(52); 住宿业(61); 餐饮业(62); 居民服务业 (79)	商品营业员 (4-01-02-03)	营运主管	数据分析师(百胜) 营销师(初级)(百 胜)	智慧零售 运营与管 理技能大 赛 天津教育 委员会主 办
2			企业经理 (1-06-01-02)	店长	注册品类管理师 (助理级)(百胜)	
3			采购员 (4-01-01-00)	采购专员	采购管理师(百胜) 助理物流师(百胜)	

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和零售业、餐饮业、服务业工作基本理论和知识、门店营运管理、品类管理、门店布局与商品陈列、连锁配送与管理、连锁企业采购管理等技能及方法等知识，具备连锁门店推销、沟通、商品经营、客户服务、物流配送及技术应用等能力，具有工匠精神和信息素养，具有深厚的家国情怀、优良的职业品德以及良好的人文素养和创新意识，较强的就业能力和可持续发展的能力，能够从事营运主管、店长、区域督导、拓展经理和采购专员等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

1. 素质要求

(1) 坚定拥护中国共产党和我国的社会主义制度，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、崇德上向善、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 1—2 项艺术特长或爱好。

(7) 牢固树立“顾客第一”的思想，并以此确立思维和工作方式，具有市场竞争意识。

2. 知识要求

(1) 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

- (3) 掌握连锁经营体系的基本构成和主要推广与管控的相关知识。
- (4) 掌握连锁门店营运管理的主要工作、工作流程等相关知识。
- (5) 掌握连锁企业服务质量管理的常用方法和工具。
- (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。
- (7) 掌握供应链管理尤其是商品采购的相关知识。
- (8) 掌握市场分析与经营诊断及业绩提升的相关知识。

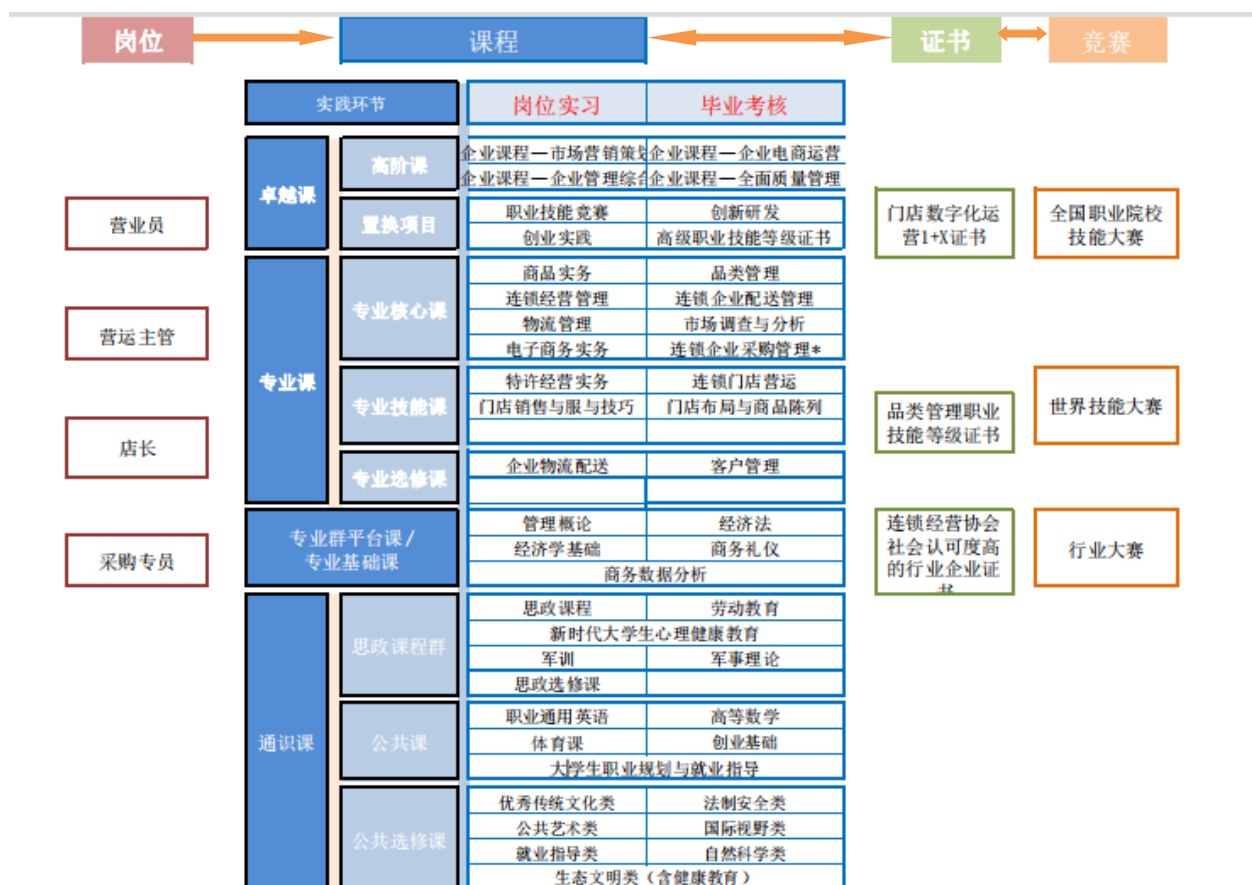
3. 能力要求

- (1) 具有探究学习终身学习分析问题和解决问题的能力，有良好的语言文字表达能力和沟通能力。
- (2) 具备商业信息技术与工具应用能力，能够配合企业进行线上线下全渠道运营和数字化改造。
- (3) 具备能够进行连锁经营体系的推广的能力，并根据总部规范对区域内门店运营进行监督指导。
- (4) 具备能够实施商圈调研的能力，了解商圈内的人口、购买力、购买倾向及竞争环境，并根据商圈特点为门店运营提出合理化建议。
- (5) 具备能够进行经营现状诊断的能力，并结合企业资源和经营目标提出系统性的业绩提升方案。
- (6) 具备能够有效收集、汇总、处理、分析、传输连锁经营业务数据和信息的能力，并根据数据信息完成决策、考核等工作。
- (7) 具备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、商品和服务质量，完成营运目标上报营运数据的能力。能够结合经营业绩，商品特征，顾客习惯等因素，进行门店的整体规划设计与视觉营销。
- (8) 具备能够制定连锁采购计划，采购控制成本，实施合同管理和供应商管理，对采购绩效进行评价的能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系结构图

课程体系结构图如下：



(二) 通识课

1. 《思想道德与法治》（3 学分，48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课

(2) 课程目标：通过本课程学习，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，加强对学生的职业道德教育，提升思想道德素质和法治素养。

(3) 课程内容：本课程主要包括马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系。

(4) 教学要求：以教师为主导、以学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，采用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，运用案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课

(2) 课程目标：通过本课程学习，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，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。

(3) 课程内容：本课程主要包括中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的两大理论成果。

(4) 教学要求：以教师为主导、以学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，运用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，实施案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

3. 《形势与政策》（1 学分，40 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课

(2) 课程目标：通过本课程学习，帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。

(3) 课程内容：本课程主要包括党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题。

(4) 教学要求：以教学专题为单元，运用集中讲授法、案例分析法、小组研讨法等教学方法和信息化教学手段组织教学。课程考核通过平时成绩累加评定学生最终学习成绩。

4. 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》（3 学分，48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课

(2) 课程目标：通过本课程学习，帮助学生深切感悟习近平新时代中国特色社会主义思想是党和国家必须长期坚持的指导思想；全面认识习近平新时代中国特色社会主义思想的原创性贡献；自觉认同习近平新时代中国特色社会主义思想的指导意义；切实增强社会责任感和使命担当。

(3) 课程内容：本课程主要包括习近平新时代中国特色社会主义思想的形成过程、科学内涵和核心。

(4) 教学要求：以教师为主导、以学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，运用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，实施案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

5. 《新时代大学生心理健康》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程的学习，使学生了解心理健康标准、掌握心理健康知识和技能，提升心理健康水平；培育学生理性、平和、积极乐观的阳光心态；引导学生形成奋发向上的意志品质，实现与社会、环境的积极适应。

(3) 课程内容：本课程主要内容包括把握人生，适应生活；认识自我，悦纳自我；学会学习，成就未来；情绪管理，从我做起；解构爱情，追求真爱；成功交往，快乐生活；优化人格，和谐一生；化解压力，接受挑战；调整心理，准备择业；跨越障碍，活出精彩。

(4) 教学要求：通过案例导读、知识链接、技能导入等方式，将知识讲授与能力培养相结合，运用课堂讨论、案例分析等方法组织和实施教学。考核成绩包括平时成绩（30%）、撰写报告成绩（70%）。

6. 《劳动素质教育》（1 学分，16 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，使学生理解马克思主义劳动观，深刻理解劳动精神、劳模精神和工匠精神的内涵，引导学生树立正确的劳动观，涵养热爱劳动、尊重劳动的情感，自觉

践行勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神，了解劳动组织、劳动安全、劳动法规，具备良好的劳动安全和劳动保护意识。

(3) 课程内容：涵盖劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面的理论知识。

(4) 教学要求：以实地调研、事例讲述、劳动体验、知识链接等方式开展教学，运用课堂讨论、学生宣讲等方法营造良好教学氛围，将劳动精神、工匠精神和劳模精神的内涵入心入行。考核成绩包括平时成绩（30%）、撰写报告成绩（70%）。

7. 《军事理论》（2 学分，36 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，使学生掌握军事基础知识和基本的军事技能，具有较强的国防观念、国家安全意识、忧患危机意识和国防服务意识，能够弘扬爱国主义精神、集体主义精神，具备较强的组织纪律性、较高的综合国防素质，激发努力学习，报效祖国的热情。

(3) 课程内容：本课程主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等。

(4) 教学要求：采用线上线下混合式教学，综合运用案例教学、专题研讨等教学方法组织与实施教学活动。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。

8. 《军事技能》（2 学分，3 周）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，使学生掌握军事基础知识和基本的军事技能，具有较强的国防观念、国家安全意识、忧患危机意识和国防服务意识，能够弘扬爱国主义精神、集体主义精神，具备较强的组织纪律性、较高的综合国防素质，激发努力学习，报效祖国的热情。

(3) 课程内容：本课程主要包括共同条令教育、分队的队列动作、轻武器射击、战术、格斗基础、战场医疗救护、核生化防护、战备规定、紧急集合、行军拉练。

(4) 教学要求：根据学生参训时间、现实表现、掌握程度综合评定，成绩分为：优秀、良好、及格和不及格四个等级。

9. 《大学生职业规划与就业指导-1/-2》（2.5 学分，18/20 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，使学生掌握职业生涯发展的基本理论和方法，以及就业知识和技巧，具备科学的职业生涯规划能力和良好的就业能力，并能正确的分析和处理在成长及就业中面临的问题。

(3) 课程内容：本课程主要包括职业认知、职业生涯规划、提升职业素养、就业准备、求职策略、就业权益与法律保障、职业适应与发展等。

(4) 教学要求：按照职业生涯规划 and 就业指导两大模块内容分学期组织教学，课程采用线上自主学习+线下教学相结合的方式开展，在线下教学中坚持以学生为中心，积极运用课堂讨论、小组讨论、案例分析等方法，提高课堂效率。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 30%，终结性考核占 70%。

10. 《创业基础》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，使学生树立科学的创业观，提升创新意识、掌握开展创业活动所需要的基本知识，能正确的分析创业者、创业机会、创业项目，编制创业计划，进行创业资源整合。

(3) 课程内容：本课程主要包括创业与人生、创业者与创业团队、创业机会及其识别与评价、创业风险及识别与管理、商业模式及其设计与创新、创业资源及其管理、创业计划、新企业的创办与管理等八个模块。

(4) 教学要求：充分利用网络教学平台，采用学生线上自主学习方式，科学合理设计课程内容，紧扣创业新趋势和大学生群体的特点，采用立体化和精细化设计，案例分析与理论讲授相结合。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 30%，终结性考核占 70%。

11. 《职业通用英语 2-1》（3.5 学分，56 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，掌握日常交际必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，累计掌握 2300 个单词，具备英语听、说、读、看、写、译基础技能，能有效完成日常生活的沟通任务；能用英语讲述中国故事、传播中华文化，在沟通中践行爱国、敬业、诚信、友善等价值观，理解中英两种语言思维方式的异同，树立人类命运共同体意识。

(3) 课程内容：本课程主要包括职业与个人、职业与社会和职业与环境三个方面的主题，主要涉及人文底蕴，科学技术，生态环境，职业精神等方面的英语知识及技能训练。

(4) 教学要求：坚持以教师为主导、学生为主体，利用多媒体、语言实验室、网络教学平台等多种现代信息技术手段，运用混合式教学模式，基于专业群，采用情景模拟、角色扮演、小组讨论和案例教学等多种教学方法组织和实施教学。课程利用智慧教学平台，采取无纸化考核。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

12. 《职业通用英语 2-2》（4.5 学分，72 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，掌握日常生活和职场交际必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，累计掌握 2600 个单词，具备职场交际必要的英语听、说、读、看、写、译技能，能够有效完成职场情境中的沟通任务。了解多元文化知识，具备跨文化交际技能，具有一定的逻辑、思辨和创新思维水平。能根据个人需要，运用英语持续终身学习。

(3) 课程内容：本课程主要包括职业与个人、职业与社会和职业与环境三个方面的主题，主要涉及文化交流，社会责任，职业规划，职场环境等方面的英语知识及技能训练。

(4) 教学要求：坚持以教师为主导、学生为主体，利用多媒体、语言实验室、网络教学平台等多种现代信息技术手段，运用混合式教学模式，基于专业群，采用情景模拟、角色扮演、小组讨论和案例教学等多种教学方法组织和实施教学。课程利用智慧教学平台，采取无纸化考核。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

13. 《体育 1/2/3》（7 学分，108 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》，坚持立德树人根本任务，坚持“健康第一”指导理念，体育课程与职业技能培养相结合，学生至少掌握 2 项体育运动专项技能，实现提高学生体质健康水平和职业体能的目的，培养身心健康的技术人才。通过课程教学使学生养成自觉参与锻炼的行为习惯，能够自主进行体育锻炼，提高终身体育锻炼能力；通过体育课程学习，提升学生集体主义精神，激发其树立积极进取的精神，养成顽强拼搏的优良品质，使学生形成健康的心理品质、良好的人格特征、积极的竞争意识以及团队合作态度，并能够制定科学合理的体育运动处方，具有较高的体育文化知识素养、体育运动技能水平和体育观赏能力。结合今后从事职业的职业资格标准，运用体育手段，掌握发展职业体能的方法，了解常见职业性疾病的成因与预防及体育康复的方法，促进职业岗位的胜任力水平，使学生成为德智体美劳全面发展的合格人才。

(3) 课程内容：本课程在第一、第二、第三学期开设，第一学期内容为健康知识+基本运动技能，第二、三学期内容为健康知识+专项运动技能，专项运动技能选自足球、篮球、排球、网球、羽毛球、乒乓球、武术、健美操、瑜伽、体育舞蹈、体适能等体育运动项目。

(4) 教学要求：结合学生运动兴趣，指导学生进行选项并完成项目教学，充分体现健体与育人相结合。在体育课程学习中安排 10% 的理论教学内容（每学期 4 学时），以扩大体育的知识面，提高学生的认知能力，课程考核包括过程性和终结性考核评价，过程性考核占比 30%（平时成绩+体育理论考试占比 30%）、终结性考核占比 70%（《国家学生体质健康标准》+专项技能占比 70%）。

14. 《高等数学 4》（5 学分，80 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过本门课程学习，使学生了解高等数学的基本知识，理解数学工具解决实际问题的思想方法，具备运用数学知识分析和解决实际问题的能力，能够使用数学软件进行基础的数学建模，培养学生科学精神、工匠精神，提高自主学习、终身学习和逻辑思维能力。

(3) 课程内容：本课程主要包括函数、极限与连续，一元函数的微分学，一元函数的积分学，线性代数初步和概率统计初步等五个模块。

(4) 教学要求：坚持以学生为中心，基于专业群选取典型案例，采用信息化教学平台，开展混合式教学，运用案例教学法，项目教学法等多种教学方法组织和实施教学，课程考核包括过程性和终结性考核，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。

15. 《信息技术（基础模块）》（3 学分，48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过理论知识学习、技能训练和综合应用实践，使学生理解信息社会特征并遵循信息社会规范，了解信息安全、大数据、人工智能等新兴信息技术，具备人工智能技术基础，掌握常用人工智能常用开发工具和应用技术，并能运用 Python 语言进行图像识别、语音处理、数据分析。

(3) 课程内容：本课程针对工科类专业群主要讲授信息检索技术、新一代信息技术、信息素养与社会责任为主要内容的基础模块和信息安全、大数据技术、人工智能为主要内容的拓展模块，以及 Python 语言的语法基础和案例代码学习模块。

(4) 教学要求：坚持教师主导，学生主体，基于工科类专业群，以项目为引领，采用教学做一体化模式，集中在计算机机房授课，实施过程化项目考核。

16. 《学业提升英语》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选择性必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，提高学生用英语获取信息、处理信息、分析和解决问题的能力以及跨文化交际能力。使学生进一步提升听说读写译的能力，学会 400 个新单词，累计掌握 3000 个单词；掌握并能运用 20 个语法结构和句型、10 个交际功能项目及 15 个话题。

(3) 课程内容：本课程主要包括词汇、语法、阅读、翻译、写作、听说等语言技能项目训练，涉及主题为爱好与生活、情感关系、时尚之美、科技创新、健康心态、爱国情怀、经济与生活等。

(4) 教学要求：坚持以教师为主导、学生为主体，利用多媒体、语言实验室、网络教学平台等多种现代信息技术手段，运用混合式教学模式，采用词汇闯关、真题模拟练习、小组合作学习等方法进行训练，课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 80%，终结性考核占 20%。

（三）专业（技能）课

【平台课】

1. 《管理概论》（3 学分，48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程的学习，使学生了解管理学的产生与发展历史，掌握管理学基础知识，具备一定的环境分析、组织设计、沟通协调等能力，能运用管理学知识提高实际管理工作水平。

(3) 教学内容：包括管理学发展历史过程、管理职能（计划、组织、领导、控制）、创新管理理念。

(4) 教学要求：教学形式基于信息化网络教学平台，采用课堂教学与信息化教学相结合的混合式教学模式，以学生为中心，通过学习使学生运用管理学的基本思想、方法分析和解决管理实际问题。教学环境为多媒体教室。课程考核采取实践评价、过程性评价和终结性评价相结合的方式。

2. 《经济法》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握经济法基本理论、知识和技能，熟悉经济法的基本体系、内容及其最新发展，使学生初步具有运用所学知识分析相应法律实际问题的职业能力。

(3) 课程内容：课程内容包括经济法总论(经济法的概念、地位、体系和渊源、经济法律关系、经济法的制定和实施)；经济组织法(公司法律制度、合伙企业法律制度)；市场管理法(反垄断法律制度、反不正当竞争法律制度、消费者权益保护法律制度、产品质量法律制度、证券法律制度)等部分。

(4) 教学要求：课程教学以学生为主体、能力为本位，多种教学方法综合运用。本课程安排两次课堂专题讨论，安排两次课堂案例讨论，以帮助学生课程的基本知识和前沿问题有比较全面、深刻的掌握。考核采取过程性评价+终结性考核的形式，终结性考核采取开卷形式。

3. 《经济学基础》（2 学分，36 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：使学生从一般意义上理解市场经济运行规律和政府宏观调控的必要性。对经济学的基本问题和基本观点有比较全面的认识；掌握经济学的基本概念、基本思想、基本分析方法和基本理论，建立起经济学的基本思维框架，并用于分析经济实践中的具体问题；培养学生利用经济学原理科学地分析和看待经济社会生活。

(3) 课程内容：本课程主要包括均衡价格理论，消费者选择理论，生产技术，成本理论，厂商理论，生产要素价格的决定，国民收入决定理论，失业与通货膨胀理论，经济周期与经济增长理论，宏观经济政策。

(4) 教学要求：教学方法为任务驱动式教学、教学环境为多媒体教室，课程采用过程性评价和终结性评价相结合的方式。

4. 《商务礼仪》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：使学生掌握当代商务礼仪的基本知识和标准规范，帮助学生提高个人修养及职业水平，在各种不同类型的工作场合中展现完美的职业风采，更顺利地取得事业的成功。

(3) 课程内容：本课程主要讲述商务个人礼仪、商务会面礼仪、商务交往礼仪、商务交谈礼仪、商务宴请礼仪、商务办公礼仪等等。

(4) 教学要求：教学的形式为：教师面授+小组研讨+案例分析+情景模拟等。教学方法以模块化、任务驱动教学法为主，综合运用案例分析法、小组讨论法和角色扮演法等。教学环境运用多媒体机房设备，每人一台电脑为宜。教学考核为过程性评价和终结性评价相结合的方式，其中过程性评价为 40%，终结性评价为 60%。

5. 《商务数据分析》（3 学分，48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过本课程的教学，帮助学生理解商务数据分析的内涵、意义、作用、思路、工具以及基础模型等基本概念；熟知商务数据的采集、清洗以及分析等流程和方法；掌握商务领域数据分析技能，能够熟练开展商务数据分析

(3) 课程内容：包括数据采集与处理方案的制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与数据分析报告撰写。

(4) 教学要求：教学形式基于信息化网络教学平台，采用课堂教学与信息化教学相结合的混合式教学模式，以学生为中心的线上和线下有机结合的混合式学习模式。教学环境：运用多媒体机房设备，每人一台电脑为宜。课程考核：采取实践评价、过程性评价和终结性评价相结合的方式。

【专业课】

1. 《商品实务》（3 学分，48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：使从事与商品相关的各管理专业的学生研究和掌握商品使用价值，识别和判断商品使用价值，正确利用和发挥商品使用价值，以及在流通领域中如何保护商品使用价值。

(3) 课程内容：按照商品质量和商品品种这两条主线，主要讲述商品性能与组成、商品质量、商品分类、商品标准、商品检验、商品包装、商品养护，要求学生能鉴别、检验商品及其质量并进行质量管理，能对商品进行分类与编码，理解运用商品的包装；理解商品的质量变化并能对商品进行养护。

(4) 教学要求：本课程的实训以校内实习为主，主要是收集商品信息、鉴别商品真伪、评价商品质量。

2. 《连锁经营管理》（4 学分，64 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程的学习，使学生掌握连锁经营管理的基本原理，培养学生连锁经营管理的基本技能和专业素养，能够符合中国连锁经营企业的一般管理人员的基本职业要求。学生不仅要具备扎实的连锁经营管理的理论知识，更要有极强的实践动手能力，同时亦要具备一个初级管理人员基本的管理技能。

(3) 课程内容：连锁经营的发展，连锁经营的基本类型，连锁经营组织结构及战略，连锁经营的行业分布与业态选择，不同方面的连锁经营管理促销管理等。

(4) 教学要求：本课程在教学过程中以案例教学为主体，主要采取课堂讨论、分析比较、调查研究、小组作业等多种形式进行教学。通过典型的活动项目，由教师提出要求或示范，组织学生进行活动。注重将知识渗透在实际工作和生活中，加深对本课程的认识和理解，达到训练连锁经营能力的目的。

3. 《物流管理》（4 学分，64 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：本课程培养能够将物流管理的基本理论应用于实践，具备解决物流活动过程中的各种基本问题的能力，掌握现代物流技术、具有现代物流经营与管理能力，具备认真刻苦、严谨的工作态度、热爱工作的连锁经营管理人才。

(3) 课程内容：物流活动的基本构成，企业物流管理组织结构的类型，运输管理，仓储管理，配送管理，销售物流、生产物流与采购物流比较，电子商务环境下的物流供应链管理，物流信息技术，国际物流物流绩效管理等。

(4) 教学要求：本课程采用课堂教学与信息化教学相结合的混合式教学模式，通过实施案例分析、课堂讨论、情境教学、知识竞赛等教学项目组织教学。课程考核采取过程性评价和终结性评价相结合的方式。

4.《电子商务实务》（4 学分，64 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：通过本门课的学习，学生能够掌握电子商务的基本概念、基本理论和基本技术；了解电子商务在各行业中的应用，如零售业、旅游业、金融业、制造业等；了解网络营销的概念和连锁企业网络营销策略。

（3）课程内容：本课程教学内容共分部分，分别为电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务支付结算、电子商务安全管理、物流与供应链、网络营销实务、建立网上商店、连锁企业电子商务应用及移动商务。

（4）教学要求：本课程以教学专题为单元，主要运用集中讲授法、案例分析法、小组研讨法等教学方法和信息化教学手段组织教学。本课程为考查课，主要通过平时成绩累加评定学生最终学习成绩。

5.《市场调查与分析》（3 学分，48 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：通过教学和实践，使学生充分认识市场特点及其活动内容，明确市场调查与分析在企业经营管理中的重要作用，培养学生深入实际注重调查分析研究的优良作风；提高学生分析问题、研究问题、解决问题的实际工作能力。

（3）课程内容：根据市场调查的岗位工作流程，完成市场调查方案的制定、市场调查方法的选择、市场调查问卷的设计、市场调查数据的整理分析、市场调查报告的撰写内容的学习。

（4）教学要求：本门课程以“工作过程”为导向，提炼典型工作任务，设计实用的学习情境，通过课堂教学与网络教学结合的教学模式，采用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，运用案例分析、课堂讨论、情境教学等教学项目组织教学，使学生掌握市场调查的基本理论，对市场调查行业和市场调研工作有初步的了解，并掌握基本的思维和工作方法。课程考核采取过程性评价和终结性评价相结合的方式。

6.《连锁企业采购管理》（4 学分，64 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：通过学习使学生掌握连锁企业采购的基本理论和操作方法，培养学生的分析问题与解决问题能力、采购员岗位职业能力、职业道德素养及可持续发展能力，为学生进入连锁经营管理行业或相关企业从事采购工作打下坚实的基础。

（3）课程内容：商品采购计划，采购成本，采购谈判，采购合同，供应商评估，供应商管理，采购绩效评价，采购过程检查控制等。

（4）教学要求：本课程采用课堂教学与信息化教学相结合的混合式教学模式，通过实施案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。课程考核采取过程性评价和终结性评价相结合的方式。

7.《连锁企业人力资源管理》（4 学分，64 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：通过人力资源管理课程的教学，要注意培养学生坚持人本管理的思想。

（3）课程内容：人力资源管理是管理理论的重要组成部分，是各项专业管理的基础。通过对课程的学习帮助学生基本掌握人力资源这门课程的相关知识，同时培养学生爱岗敬业、吃苦耐劳的精神，为毕业后成功地走上社会参加企业经营管理实践打下基础。通过课程的学习与实践使学生获得人力资源管理工作分析、规划、招聘、培训、绩效管理、薪酬、保障、职业生涯、劳动合同等方面的基本理论知识与技能。

（4）课程要求：根据高等职业教育人才培养特点及专业培养目标，通过本课程的教学，使学生掌握人力资源管理的基本概念、基本原理、基本知识，学会用人力资源管理理论分析和解决实际问题，把学科理论的学习融入对经济活动实践的研究和认识之中，切实提高分析问题、解决

问题的能力。真正掌握课程的核心内容，为企业经济效益的提高服务，为社会主义市场经济体制的建立和完善作出贡献。

8.《客户关系管理》（3 学分，48 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：使学生了解客户服务对企业生存和发展的重要意义，理解和掌握客户服务的相关理论，提升学生在客户服务与管理过程中分析和解决问题的实际能力。

（3）课程内容：本课程主要讲授客户信息管理、客户服务日常工作、客户服务礼仪、与客户有效沟通、客户服务质量管理、客户投诉管理等内容。

（4）教学要求：课程内容的知识点和能力点围绕工作职业岗位的职业能力设计。运用多媒体教学手段，结合工作任务采用模拟教学、项目教学、案例教学等形式教学。课程考核通过过程考核和终结性考核相结合的方式进行。

9.《连锁企业配送管理》（4 学分，64 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：通过工作过程系统化开发的任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握配送管理的基础知识和基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，通过理论、实训相结合的教学方式，使学生掌握相应技能和专业知识、提高学生综合运用专业知识的能力。

（3）课程内容：配送的组织和过程，配送中心认知与组织，配送设备，连锁企业配送作业流程，连锁企业配送作业优化和评价等。

（4）教学要求：本课程采用课堂教学与信息化教学相结合的混合式教学模式，利用幻灯片、投影片、多媒体软件、电子教案，多媒体课程资源的数据库等，创设形象生动的工作情境，促进学生对知识的理解和掌握。课程考核采取过程性评价和终结性评价相结合的方式。

10.《品类管理》（4 学分，64 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：通过该门课程的学习，学生应该能够制定商品组织结构表并对小分类进行单品配置；学生能够对品类角色进行定位并对品类的现状进行评估同时根据评估结果制定品类发展目标；学生能够制定品类策略并将策略向战术转化；学生能够对连锁企业品类管理实施和回顾提出建议。

（3）课程内容：该课程培养学生的品类定义能力、品类角色定位能力、品类评估能力、制定品类目标和选择品类策略的能力，同时能够熟练掌握品类管理的五大战术，并对品类管理在连锁企业内部的具体落地实施能够有所推动，并在课程学习的过程中锻炼其团队协作能力、思维创新能力、沟通能力。

（4）教学要求：按照课程标准和考核的基本要求，具体设计每个教学单元，教学方法上主要采取问题导向的方式，同时辅之以各种形式的实践活动；教学环境要求是能上网的多媒体教室。课程考核采取过程性评价和终结性评价相结合的方式。

11.《企业课程—市场营销策划》（2 学分，32 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：通过与企业合作开发此课程，使学生拓展视野，了解新零售业务模式，建立思维理解产品策略，并能够学以致用运营于日常工作中；并能够了解企业会员机制，会员推广模式，并应用于日常工作。

（3）课程内容：介绍企业各品牌市场营销的理念和战略规划；营销环境分析；消费者市场和消费者购买行为分析；竞争者分析与市场竞争策略；市场需求测量与预测；目标市场营销；产品策略；定价策略；营销渠道策略；促销组合策略等内容。

(4) 教学要求：本课程采用企业教学模式，将学生安排在企业学习，利用企业实体门店、企业教师、企业教室等这些资源创设形象生动的工作情境，通过学生动手实践学习内容，促进学生对知识的理解和掌握。课程考核采取企业考核方式，由企业导师核算分数。

12. 《消费心理学》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课

(2) 课程目标：通过本门课的学习，使学生能够进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的季节销售实际，能够进行消费者购买心理活动分析；能在销售实际场地，能够准确判断出消费者的心理活动；培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力。会运用专业术语，对任意指定展览的布置进行分析评价。

(3) 课程内容：商品设计和销售心理、商品命名、商品商标和商品包装心理、购物环境和商品陈列心理、消费者价格心理、广告心理、人员推销和营销谈判心理等；最后对营销者心理现象及其活动规律、新营销手段与消费心理变化趋势进行了探索分析。

(4) 教学要求：本门课程要求以教师为主导、学生为中心，通过构建线上与线下联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，运用讲授、角色扮演、案例、情景模拟等教学方法和手段，通过实施案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、模拟授课、等教学项目组织教学。

13. 《企业课程—企业电商运营》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课。

(2) 课程目标：使学生充分掌握企业电子商务网店的运营流程，熟悉企业电子商务网店的运营模式，操作环节，运营规则。

(3) 课程内容：本课程主要企业商品分类方法、商品上架原则方法、商品推广、订单处理方法、客服沟通注意事项、网店评估、网店数据分析等内容。

(4) 教学要求：本课程采用企业教学模式，将学生安排在企业学习，利用企业实体门店、企业教师、企业教室等这些资源创设形象生动的工作情境，通过学生动手实践学习内容，促进学生对知识的理解和掌握。课程考核采取企业考核方式，由企业导师核算分数。

14. 《会展实务》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课

(2) 课程目标：通过本门课的学习，以培养学生了解会展参展的基本状况，对展会在连锁行业开展的意义。

(3) 课程内容：会展的基本状况、展会策划全过程、会展设计和会展营销、展会场地布置、展板设计与制作、会展礼仪服等。

(4) 教学要求：本门课程要求以教师为主导、学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，运用互动式、体验式、展演示、信息化等教学方法和手段，通过实施案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。

15. 《企业课程—企业管理综合》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课。

(2) 课程目标：与企业合作开发此课程，通过企业文化等课程的学习，做好个人管理，增强就业竞争力。

(3) 课程内容：介绍企业文化、时间管理、语言管理、计划管理、与人协作等内容。

(4) 教学要求：本课程采用企业教学模式，将学生安排在企业学习，利用企业实体门店、企业教师、企业教室等这些资源创设形象生动的工作情境，通过学生动手实践学习内容，促进学生对知识的理解和掌握。课程考核采取企业考核方式，由企业导师核算分数。

16. 《财务管理》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课

(2) 课程目标：通过本课程的学习，理解资金运动的基本规律，帮助学生树立财务管理理念，掌握财务预测、财务决策、财务预算、财务控制及财务分析的各种方法及专业技能，以解决企业经济生活中实际问题的合格的财务人员。

(3) 课程内容：财务管理的基本概念、资金筹集管理、营运资金管理、投资管理、财务成果与评价等。

(4) 教学要求：利用多媒体及网络教学平台等信息化教学手段，通过采用情境教学、任务化教学等多种教学方法设计、组织和实施教学，采取过程性和终结性相结合的评价方式。

17. 《企业课程—全面质量管理》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课。

(2) 课程目标：通过与企业合作开发此课程，明确门店各产品管理的重要性，清楚了解制定食品安全标准，各类产品的效期时间的意义。

(3) 课程内容：介绍企业各产品管理的重要性，顾客对于产品的期望，介绍企业品牌在产品管理的理念和方法，食品安全标准，各类产品的效期时间等内容。

(4) 教学要求：本课程采用企业教学模式，将学生安排在企业学习，利用企业实体门店、企业教师、企业教室等这些资源创设形象生动的工作情境，通过学生动手实践学习内容，促进学生对知识的理解和掌握。课程考核采取企业考核方式，由企业导师核算分数。

18. 《网上开店》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课

(2) 课程目标：通过课程理论学习和实践训练，主要培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识和交流沟通能力。

(3) 课程内容：网络购物平台的介绍，淘宝开店的准备工作，市场调查的相关知识，包括确定经营项目，进货指南，物流服务商调查和消费者与竞争对手调查等，视觉营销的作用和方法，重点讲解了网上开店的方法，包括商品上架和网店装修的知识，客户服务、发货管理、经营管理等相关知识。

(4) 教学要求：本课程应注重学生在实践中分析问题、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。结合课堂考勤、提问、学生作业、分组讨论表现及期末考查情况，综合评价学生的成绩。

19. 《企业课程—企业物流配送》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课。

(2) 课程目标：通过与企业合作开发此课程，明确门店配送管理的重要性，清楚了解制门店配送的流程和注意事项。

(3) 课程内容：企业产品配送的组织和过程，门店配送作业流程，门店配送作业优化和评价等。

(4) 教学要求：本课程采用企业教学模式，将学生安排在企业学习，利用企业实体门店、企业教师、企业教室等这些资源创设形象生动的工作情境，通过学生动手实践学习内容，促进学生对知识的理解和掌握。课程考核采取企业考核方式，由企业导师核算分数。

20. 《商务谈判》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课

(2) 课程目标：提升学生的心理素质，树立正确的谈判观念，使学生能够冷静沉着面对谈判中的僵局、威胁、诱惑，并使学生能够树立保密、谨慎的职业素质，培养学生遵纪守法、不为私利损害国家、集体和他人利益的职业道德。

(3) 课程内容：介绍谈判的过程，包括谈判前的准备，谈判开局的方式与气氛营造的方法，谈判常用的策略和技巧，谈判间需要注意的问题，合同签订的程序和注意事项等。

(4) 教学要求：利用多媒体及网络教学平台等信息化教学手段，通过采用情境教学、任务化教学等多种教学方法设计、组织和实施教学，采取过程性和终结性相结合的评价方式。

21. 《企业课程—客户管理》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课。

(2) 课程目标：通过与企业合作开发的任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握餐厅经理观察服务过程中是否展现了品牌服务“四度”（有温度招呼、有热度的回应、有适度的举止、有速度的反应），通过理论、实训相结合的教学方式，使学生掌握相应技能和专业知识、提高学生综合运用专业知识的能力。

(3) 课程内容：介绍企业各品牌服务理念和服务标准，理解顾客服务的涵义，服务标准的内容等。

(4) 教学要求：本课程采用企业教学模式，将学生安排在企业学习，利用企业实体门店、企业教师、企业教室等这些资源创设形象生动的工作情境，通过学生动手实践学习内容，促进学生对知识的理解和掌握。课程考核采取企业考核方式，由企业导师核算分数。

22.《自媒体营销》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：选修课、考查课

(2) 课程目标：通过本课程的学习，使学生了解并掌握新媒体营销的基本知识、最新发展以及相关原理，新媒体营销的最新发展状况，熟练掌握并了解门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、电子邮件营销、网上论坛营销、博客营销、微博营销、微信营销、手机媒体营销以及数字媒体营销等新媒体营销的概念、特征、营销的特征及主要载体，并通过大量案例分析，使得学生能够接触到业界前沿的最新成果。

(3) 课程内容：门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、电子邮件营销、网上论坛营销、博客营销、微博营销、微信营销、手机媒体营销以及数字媒体营销等新媒体营销的概念、特征、营销的特征及主要载体等。

(4) 教学要求：利用多媒体及网络教学平台等信息化教学手段，通过采用情境教学、任务化教学等多种教学方法设计、组织和实施教学，采取过程性和终结性相结合的评价方式。

【卓越课】

1.《特许经营实务》（4 学分，64 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：本课程是为学生学习和掌握连锁企业各岗位的知识、技能而开设的一门综合性、实务性、就业与创业指导性课程，旨在帮助学生了解特许经营这一现代营销模式，培养了解特许经营理论，通晓特许经营的经营机制，能从事经营、管理和研究特许经营能力的人才，给有志于从事特许经营的人士以理论与实践上的支持与帮助。

(3) 课程内容：以特许体系典型工作任务为载体，按照特许体系各岗位工作要求，参照职业资格证书考核内容，整合序化教学内容和相应的校内外教学资源，科学设计学习性工作任务。教学内容是课程改革和开发的核心。特许经营课程的教学内容应符合特许经营体系业务流程中各岗位典型工作任务的职业工作顺序，并且比较系统、综合、全面和完整地实现特许经营体系的经营和管理工作，主要包括特许经营可行性分析、特许权组合要素设计、特许经营合同制定、特许分店手册编写、特许分店选址、加盟特许经营体系等内容。

(4) 教学要求：充分利用多媒体、网络教学平台等多种现代信息技术手段，构建混合式教学模式，运用以教师为主导、学生为主体的多种教学方法设计、组织和实施教学，将小组案例分析、个人作业和期末考试结合起来进行综合考核。各项考核所占比例分布如下：小组案例分析：20%，个人作业：30%，期末考试（闭卷形式）：50%，对学生学习成效进行过程性和终结性考核评价。

2.《连锁门店营运》（4 学分，64 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：掌握对三大业态的大型连锁卖场、便利店、专卖店的门店营运管理的典型工作任务的管理，具体为商品管理、现场服务管理、商品防损与安全管理、门店经营业绩分析的管理。以培养学生门店营运管理能力为课程目标。

(3) 课程内容: 学生通过本课程学习, 能够熟悉连锁企业门店营运管理各岗位的工作内容、职责和要求, 掌握收银、理货、盘点、及投诉处理等技能, 初步具备门店经营定位、品类管理确定、商品陈列、商品防损等经营管理能力, 培养及提高学生的职业素养、方法能力、社会能力和自主创业能力, 为今后从事门店营运高层管理工作奠定持续发展的基础。

(4) 教学要求: 按照课程标准和考核的基本要求, 具体设计每个教学单元, 教学方法上主要采取问题导向的方式, 同时辅之以各种形式的实践活动; 教学环境要求是能上网的多媒体教室。课程考核采取过程性评价和终结性评价相结合的方式。

3. 《门店销售与服务技巧》(4 学分, 64 学时)

(1) 课程性质: 必修课、考试课。

(2) 课程目标: 通过本门课的学习, 使大学生了解销售服务的基本技巧, 把握客户咨询、异议、客户投诉的应对方法, 掌握客户个性化服务的方法, 从而进一步提升顾客的忠诚度。通过理论部分的教学使学生对销售服务的流程监控的能力得到进一步的强化, 提高服务质量、强化服务意识、完善服务手段。具备较强的团队协作能力、沟通交流能力、组织协调能力等, 具备完成门店促销各项工作的基本素质、基本技能和工作能力。

(3) 课程内容: 本课程依据国家统编教材, 将教材内容整合为认识门店销售、分析顾客心理与销售模式、做好销售的准备、明确销售过程、维护顾客关系和 VIP 顾客管理这 6 个项目 22 个任务。

(4) 教学要求: 本门课程要求以教师为主导、学生为中心, 通过构建线上与线下联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式, 运用讲授、角色扮演、案例、情景模拟等教学方法和手段, 通过实施案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、模拟授课、等教学项目组织教学。本门课程为考试课, 64 学时, 其中理论 32 学时, 实训 32 学时。教学考核为平时成绩(40%)期末成绩(60%)

4. 《门店布局与商品陈列》(4 学分, 64 学时)

(1) 课程性质: 必修课、考试课。

(2) 课程目标: 学习和了解门店布局、选址、商品陈列的基本原理, 具备门店布局与陈列的意识、具有与他人团结协作的工作意识, 为学生后续专业核心课程、必修课程的学习以及毕业后从事门店布局和优化提升奠定基础。

(3) 课程内容: 通过对该课程的学习和应用, 帮助学生了解门店命名、门面、橱窗设计原则和方法, 了解门店内部规划类型和原则, 掌握商品配置原则和方法, 了解商品陈列的原则、橱窗设计等店内布局、商品陈列的具体实施步骤和技法。同时学会运用理论知识对企业门店实际进行分析, 培养和提高学生的综合分析能力和审美设计能力。

(4) 课程要求: 能够对卖场的选址做出规划设计, 具有市场分析能力。能够对卖场的规模和风格做出准确的定位, 具备商品陈列的分析能力, 具有不同商品陈列的具体操作。

【高阶课程+】

主要包括技能竞赛项目模块、创新研发项目模块、1+X 职业资格证书项目模块、创业实践项目模块、企业课程项目模块。高阶课程+模块选修学分不低于 10 学分, 学生可以结合自身情况选择。

1. 《技能竞赛项目模块》

(1) 课程性质: 选修课, 考查课。

(2) 课程目标: 通过全国职业技能大赛连锁经营管理赛项, 天津市职业技能大赛连锁经营管理赛项、海河工匠杯技能大赛连锁经营管理赛项, 中国互联网大学生创新创业大赛、学校组织的专业技能竞赛以及经学校认定的其他大赛的备赛训练, 学生掌握相应职业工种所需要的知识和技能, 达到准技师水平。同时通过大赛增强学生从容面对压力的心理素质, 勇往直前, 不畏困难的精神。

(3) 课程内容: 主要大赛所涉及的数据分析、门店营运、物流管理等相关职业技能等方面的内容。(4) 教学要求: 学生通过核心能力考试获得技能考核的成绩, 结合理论综合考试, 选拔出前 30 名学生; 综合实训中心配备电脑、竞赛训练软件等设备, 可提供相应大赛赛项的备赛所需;

每周 4 天开放实验室,有专业教师报名承担大赛指导教师,负责学生备赛的理论知识教授和技能水平的提升训练。依据大赛评分标准对每一次练习进行成绩评定。成绩可替代高阶部分模块的学时和学分。

2.《1+X 职业资格证书项目模块》

(1)课程性质:选修课,考查课。

(2)课程目标:通过门店数字化营运中级职业技能等级证书考核,学生掌握专业需要的知识和技能,通过规范的操作流程的不断重复操练和细节的把控,培养学生的职业规范和职业素养。

(3)课程内容:主要包括数据分析、门店营运、物流管理等相关知识,根据门店类型设计相关促销活动,可进行合理性分析,适时调整方案等内容。

(4)教学要求:参加门店数字化营运中级职业技能等级证书考核的学生,可以通过集中短期授课的方式。学习课程理论知识,采用角色扮演法在综合实训中心百胜产业学院实训室练习竞赛内容。将门店数字化营运中级职业技能等级证书考核鉴定的成绩作为效果评价的结果。根据成绩结果可以替代高阶职业资格证书项目模块的学时和学分,并根据考核结果对应课程的成绩档。

3.《创业实践项目模块》

(1)课程性质:选修课,考查课。

(2)课程目标:通过设立本课程,支持和鼓励学生参与多形式的创业实践活动,有创业意愿学生可真实创立公司并实际运营,改善学生就业观念,实现多渠道就业。

(3)课程内容:以互联网+创新创业大赛、挑战杯创业大赛为依托,在学院教师指导下开展创业实践,条件成熟的可开办公司实际运营,既提升学生的创业实践能力,又可以创造一定的经济效益,实现学生多渠道就业。

(4)教学要求:学生须参与互联网+、挑战杯等各级各类创新创业大赛,或者以某创新项目为依托,直接进行融资成立企业进行运行。学生课程的最终成绩的给定按照学校相关规定执行,成绩可替代高阶部分模块的学时和学分。

4.《创新研发项目模块》

(1)课程性质:选修课,考查课。

(2)课程目标:通过设立本课程,响应国家政策号召,激发学生参与科技研发的积极性和主动性,提高学生的创新和研发能力。

(3)课程内容:学生可参与教师的科研教研活动,在国内外正式期刊和有关平台上发表相关论文,也可以申请知识产权成果,根据成果的不同等级(发明专利、实用新型专利和外观设计专利)进行学分认定。

(4)教学要求:学生须参与学校、学院或教师个人的科研、教改项目取得阶段性成果由项目负责人开具证明材料。知识产权成果认定以专利证书获等级证书为准,技术研发项目以服务协议为准,对各级各类项目分别赋予不同学分认定。

(三)实践环节

1.《跨专业综合实训》(1 学分,16 学时)

(1)课程性质:必修课、考查课。

(2)课程目标:通过本课程的学习,使学生根据商业流程,完成专业群内 6 个专业的核心技能,具体包括卖场设计、组织协调、商业运营、供应链管理,线上线下市场开发、营销实施与优化、售后服务,商务信息处理、报关报检、商品归类等,商务数据采集、筛选处理、归类仓储、分析挖掘等,物流规划设计、商品分拣、配送与回收等,资金结算、账务处理、金融、保税等。

(3)教学内容:根据商科专业岗位间的密切关联,结合学生的可持续发展需求,从专业群内 6 个专业提炼各自核心技能,根据商业流程进行串联,根据业务链组建实训内容,完成实训技能的操作。

(4)教学要求:教学方法为任务驱动式教学、教学环境为机房,课程采用过程性评价和终结性评价相结合的方式。

2.《岗位实习》(20 学分,600 学时)

(1)课程性质:必修课、考查课

(2) 课程目标：通过顶岗实习，使学生强化专业实践能力，具备连锁经营与管理专业技术技能的实践运用能力，实现理论知识与实践能力的统一。

(3) 课程内容：连锁经营与管理专业顶岗实习，在连锁经营与管理专业相关岗位从事门店营运管理、品类管理、门店布局与商品陈列、连锁配送与管理、连锁企业采购管理等相关工作。

(4) 教学要求：严格遵照《职业学校学生实习管理办法》、《天津职业大学学生顶岗实习协议》和《天津职业大学学生实习管理办法》等相关顶岗实习标准文件执行。校企双方共同制订实习计划，明确实习目标、实习任务、必要的实习准备、考核标准，并开展培训，使学生了解各实习阶段的学习目标、任务和考核标准；校企分别选派经验丰富、业务素质好、责任心强、安全防范意识高的实习指导教师和专门人员全程指导、共同管理学生实习。

(四) 毕业环节

毕业考核（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课

(2) 课程目标：通过企业现场考核方式检验学生掌握专业知识和技能的情况。注重能力培养，有益于学生综合运用所学知识和技能来分析、解决实际问题，使学生得到全面训练，使学生综合运用连锁经营与管理专业的知识；具有综合解决连锁经营与管理专业相关问题的能力，具有连锁经营管理行业基本从业人员的素质。

(3) 课程内容：专业基础知识（笔试）与企业实践内容（现场考核）。

(4) 教学要求：本专业毕业环节主要采用笔试和企业现场考核的形式进行，学生在毕业设计阶段由企业导师和校内教师共同指导，毕业考核内容和评分标准由企业导师和校内教师共同制定，题目制定和评分标准应符合本专业培养目标及教学基本要求，体现本专业的基本理论、基本技能训练内容。笔试环节由企业导师企业和校内教师共同评审，现场考核环节由企业管理者和企业导师共同担任评审，根据学生现场操作情况评分。

七、教学进程总体安排

(一) 教学环节分配表

学期	课程教学	实践性教学				考试	军训 (含入学教育)	实习教育	毕业教育	机动	合计
		集中实训	1+X 取证	岗位 实习	毕业 考核						
一	15					1	3			1	20
二	18					1				1	20
三	18					1				1	20
四	18					1				1	20
五	10			8		1		1			20
六	0			16 (含 寒假 4周)	2				1	1	20

总计	79	0	0	24	2	5	3	1	1	5	120
说明	1.单位为周										

(二) 教学计划进程表

连锁经营与管理专业教学进程安排表

分类		序号	类别	课程名称	学时				学分	考试	考查	学时分配					
					合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年	
												1	2	3	4	5	6
												15/15	18/18	18/18	18/18	10/18	0/18
通识课	思想政治理论课	1	必修课	思想道德与法治	48	32	16		3.0	1		3					
		2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	24	8		2.0	2			2				
		3		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	40	8		3.0	3				3			
		4		形势与政策Δ	40	40			1.0		1-5	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	
	5	选择性必修课	大国工匠与职业理想	32	32			2.0		1	2						
			宪法与法治中国	32	32			2.0		1	2						
			马克思主义劳动观与劳动教育	32	32			2.0		1	2						
			新时代大学生心理健康	32	30		2	2.0		1	2						

公共课	6	选修课		中国特色社会主义和 中国梦教育、诚信教育、 四史教育、中国自信系列或中国 发展系列或中国制度系列等（必选 2 学分）	32	32			2.0				※	※	※	※		
	小计				232	198	32	2	13.0			5	2	3				
	1	必修课			劳动素质教育	16	16			1.0		1	2					
	2				军事理论	36	36			2.0		2		2				
	3				大学生职业规划与 就业指导	38	38			2.5	1、4		2*5+ 10★			2*5+ 8★		
	4				创业基础★	32	32			2.0		1	★					
	5				职业通用英语 2-1	56	56			3.5	1		4					
					职业通用英语 2-2	72	72			4.5	2			4				
	6				体育（1-3）	108	12	96		7.0	1-3		2	2	2			
	7				高等数学 4	80	76	4		5.0	1		6					
	8	信息技术（基础模 块）	48		48		3.0		2		3							
	小计				486	338	148		30.5			14	8	2				
	1	选 择 性 必 修 课	英 语 拓 展 （ 选 一 ）	学业提升英语	32	32			2.0					2				

		小计			32	32	0		2.0					2				
	公共选修课	1	选修课 (3-5 任选 2学 分,类 别不 重复)	优秀传统文化类（必选 1 学分）	16	16			1.0				※	※	※	※		
		2		公共艺术类(必选 1 学分)	16	16			1.0				※	※	※	※		
		3		生态文明类(含健康教育)	16	16			1.0				※	※	※	※		
		4		法制安全类（含国家安全教育）	16	16			1.0				※	※	※	※		
		5		国际视野类	16	16			1.0				※	※	※	※		
		6		自然科学类 （含信息技术拓展模块）	16	16			1.0				※	※	※	※		
		7		就业指导类(含双创教育)	16	16			1.0				※	※	※	※		
	小计				64	64	0		4.0									
专业（技能）课	平台课	1	必修课	管理概论	48	24	24		3.0		1	3						
		2		经济法	32	16	16		2.0		2		2					
		3		经济学基础	36	18	18		2.0	2			2					
		4		商务礼仪	32	16	16		2.0		3			2				
		5		商务数据分析	48	24	24		3.0	4					3			
		6		跨专业综合实训	16	0		16	1.0		5					1 周		
	小计				212	98	98	16	13.0			3	4	2	3			
	专业课	1	必修课	商品实务	48	24	24		3.0	1		3						
		2		连锁经营管理	64	32	32		4.0		1	4						
		3		物流管理*	64	32	32		4.0	2			4					
		4		电子商务实务	64	32	32		4.0		2		4					
		5		市场调查与分析	48	24	24		3.0		2		3					

卓		6		连锁企业采购管理*	64	32	32		4.0	3				4				
		7		连锁企业人力资源管理	64	32	32		4.0		3				4			
		8		客户关系管理	48	24	24		3.0		4					3		
		9		连锁企业配送管理	64	32	32		4.0		4					4		
		10		品类管理*	64	32	32		4.0	4						4		
		小计				592	296	296		37.0			7	11	8	11		
	1	选修课	二选一	企业课程—市场营销策划	32	16	16		2.0	6							3	
	2			消费心理学														
	3		二选一	企业课程—企业电商运营	32	16	16		2.0	6						3		
	4			会展实务														
	5		二选一	企业课程—企业管理综合	32	16	16		2.0	6					3			
	6			财务管理														
	7		二选一	企业课程—全面质量管理	32	16	16		2.0	6					3			
	8			网上开店														
	9		二选一	企业课程—企业物流配送	32	16	16		2.0	6					3			
	10			商务谈判														
	11		二选一	企业课程—客户管理	32	16	16		2.0	6					3			
	12			自媒体营销														
	小计				192	96	96		12.0								18	
		1	高阶	特许经营实务*		64	32	32		4.0	3				4			

越课	2	课程组	连锁门店营运*	64	32	32		4.0	3				4			
	3		门店销售与服与技巧*	64	32	32		4.0	4					4		
	4		门店布局与商品陈列*	64	32	32		4.0	4					4		
	小计			256	128	128		16.0					8	8		
	1	选修课	技能竞赛项目模块					10.0								
	2		1+X 高级证书模块													
	3		创新实践项目模块													
	4		创新研发项目模块													
	小计							10.0								
		1	岗位实习		600			600	20.0		5-6					8w
2		毕业考核		32			32	2.0		6						2w
		小计		632			632	22								
总课时				2698	1252	798	648	159.5			29	25	25	22	18	
备注		1. 理论课程（包括实践实训课程、教学做一体课程）16 学时 1 学分；集中实践环节（包括金工实习、岗位实习、毕业环节）按照每周 1 学分计入总学分；集中开设实践环节课程填写在“集中实践环节指导性教学进度表”中。														
		2. 教学进程表中各学期教学周数为减去集中实践环节周数的实际排课周数。														
		3. 公共基础课中，选修课不少于 6 学分。其中，思想政治必修 2 学分，优秀传统文化必修 1 学分，公共艺术类必修 1 学分，生态文明、法治安全、国际视野、自然科学、就业指导五类素养课程组选择不同类别的课程修 2 学分。学生按照一个学期选择 1-2 门，于第二至第五学期，完成选修课程的学习，获得相应学分。专业选修课要求不少于 12 学分。														
		4. 英语课：文科类专业选择职业通用英语 2，根据专业实际情况，选择学业提升英语课程学习。														
		5. 高数课：经管学院选高数 4；														

		6. 体育课上三个学期，32+38+38，每学期含 4 学时理论教学。
		7. 形势与政策 “Δ”，每学期安排 8 学时。
		8. “★” 为网络课程，学生自主课下网络学习、考试，可不进行周学时分配，学时计入总学时，不计入周学时。

(三) 教学进程总体安排

学年	学期	教学周数	理论教学		实践教学					教学做一体化	
			学时	占总学时比例 (%)	实验实训	集中实训	岗位实习	毕业考核	占总学时比例 (%)	学时数	占总学时比例 (%)
一	1	15	356	13.19%	128		0	0	4.74%		
	2	18	266	9.86%	212		0	0	7.86%	64	2.37%
二	3	18	228	8.45%	186		0	0	6.89%	128	4.74%
	4	18	298	11.05%	176	16		0	7.12%	128	4.74%
三	5	18	104	3.85%	96		240	0	12.45%		
	6	18	0	0.00%	0		360	32	14.53%		
合计		105	1252	46.41%	798	16	600	32	53.59%	320	11.86%
说明：1.单位为周；2.“理论教学+实践教学”比例合计为 100%											

八、实施保障

以习近平总书记关于教育的重要论述作为根本遵循，落实立德树人根本任务，把加强党的建设作为根本保证，抓住思想政治生命红线，坚持“三全育人”的鲜明导向，整合协同各项教育工作、各项育人元素，发掘校内外资源，凝聚强大合力，打造全方位、立体式的育人时空，为培养德智体美劳全面发展的技术技能人才提供有效保证。

(一) 师资队伍

1. 专任教师聘用要求

(1) 专业带头人，应具有良好的思想政治素质和职业道德，具有良好的师德师风，具有高校教师资格，副高以上职称和高级职业技术等级证书，以及丰富的岗位工作经验和国际化视野，能够较好地把握国内外连锁行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，专业技术应用能力强、教科研水平较高，能带领专业教师团队进行改革创新、在区域行业具有一定影响力，同时具备专业教学能力与专业岗位能力。本专业的专业负责人为孙东亮，副教授，天津大学在读博士，具有丰富的连锁经营与管理专业教学经验，信息教学化水平较高。

(2) 专业骨干教师，应具有良好的思想政治素质和职业道德，具备良好的师德师风，具有高校教师资格，硕士及以上学位、中级以上职称、高级职业资格证书、专业技术应用能力较强、有一定科研能力、累计有3年及以上企业或岗位工作经历，在专业课程建设方面能起带头作用，为同时具备理论教学和实践教学能力的“双师型”教师。

(3) 一般专业教师，应具有良好的师德师风，具有高校教师资格，具有良好的思想政治素质和职业道德有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有人爱之心，具备硕士及以上学位、中级及以

上职业资格证书、有一定的专业技术应用能力及科研能力，有教学改革创新意识、信息化技术应用能力较强。

2. 兼职教师聘用要求

兼职教师应来自行业企业，遵纪守法，道德高尚，具有良好的思想政治素质，具有较高的专业素养和技术技能水平，热爱职业教育，积极贯彻落实党和国家教育方针，服从学校的管理规定，能够很好承担教学工作。

3. 现有教师队伍结构组成

专业现有授课教师 8 人，其中, 双师型教师 8 人，占比 100%。

教师 (6 人)	学历结构					
	博士		硕士		学士	
	1 人	12 %	7 人	88 %		
	职称结构					
	正高		副高		中级及以下	
	1 人	12 %	4 人	50 %	3 人	38 %

序号	教师姓名	职称	主要讲授课程
1	张华	教授	门店营运、品类管理、管理概论
2	孙东亮	副教授	特许经营实务、数据分析、电子商务实务、品牌策划与管理
3	陈斌	讲师	物流管理、连锁企业配送管理、连锁经营管理
4	崔静宜	讲师	门店布局与商品陈列、经济学基础、商品实务、人力资源管理
5	刘月明	讲师	网络营销、采购管理
6	孟祥苓	副教授	市场调查与分析
7	包刚	副教授	品牌策划

4. 教学能力要求

具备先进的教育教学理念，具有项目化教学设计能力、教学实施能力、课程育人能力、现代信息技术应用能力，不断深化教学内容、教学方法以及学习评价改革，推进课堂革命。

(二) 教学设施

1. 教室条件

教室配备智能终端教学设备、投影设备、音响设备，教学活动区域实现无线网络覆盖，推行运用手机终端、APP 开展教学活动，满足移动、个性化学习方式的需要，安装应急照明设置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训条件建设

校内实验室主要满足学生的课内实训、综合实训项目和独立试验课的教学要求；校内实验室采取开放式管理，学生在课余时间随时得到实践训练。北辰校区现有连锁门店模拟运营实训室一肯德基实训室，配备收银系统设备、客流统计及线下行为数据采集系统设备、商品交付系统设备，安装基于真实环境设计的连锁门店营运和对抗沙盘实训、门店布局等多种软件，可服务于卖场布局规划、商品陈列展示、商务沟通与礼仪、客户服务技巧和流程、商品和库存管理、商品促销优化、数据分析和品类策略制定等课程。

类型	实训室名称	主要实训项目	主要设备	工位数量或设备数量	支撑课程
虚拟仿真实训	百胜产业学院实训室	连锁门店营运、门店布局、电子商务数据分析	计算机	120	门店营运管理、门店布局与商品陈列、电子商务

3. 校外实训基地建设

主要有肯德基天津有限公司和信誉楼天津有限公司、恒信家私有限公司的等稳定的校外实训基地。实训基地能够提供门店销售店长助理、运营助理、运营督导、企划助理、采购助理、企划专员、人事专员等相关岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习，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，能够承担学生顶岗实习，有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

序号	基地名称	主要实训项目（主要功能）	接纳人数	支撑课程
1	肯德基天津有限公司	收银系统实训、客流统计及线下行为数据采集系统	70	门店营运管理、商务数据分析、企业课程—全面质量管理
2	恒信家私有限公司	卖场布局规划、商品陈列展示、商品促销	30	商务数据分析、门店销售与服务技巧
3	信誉楼天津有限公司	商务沟通与礼仪、客户服务技巧和流程、商品和库存管理	20	物流管理、客户关系管理、品类管理、商务礼仪

4. 教学平台选用

选用企业微信及蓝墨云班课为教学平台，进行如资源、教学活动组织、学习行为评价等

（三）教学资源

1. 教材选用制度

严把意识形态关，严格按照《天津职业大学教材建设管理办法（试行）》（津职大党[2020]110号）要求进行教材的选用与征订。每学期对教材进行全部检查，审核教材内容、出版时间、教材类型和意识形态等。哲学及社科类教材通过学院（部）党总支委员会、党政联席会和学校常委会审核，保证教材符合社会主义意识形态和党的路线方针政策。本专业教学所选教材一是适应“互联网+职业教育”发展需求，选用体现新技术、新工艺、新规范等的高质量教材，积极采用获得广泛认可的优秀的高职高专教材，二是本专业教学所选教材基本是高职高专规划教材、教育部统编教材或根据教学需要而开发的自编教材，引入典型生产案例，教材选用合理，保证了专业的教学质量。

2. 图书资料

全球管理大师思想的引领性作品：《管理：使命 责任 实践三部曲》“现代管理学之父”德鲁克为企业做了数十年咨询后的精心佳作，誉满全球。为管理者的发展进阶提供必要的认知储备，诸如心智、思想、知识和技能；《管理学原理》[美]理查德 L. 达夫特（Richard L. Daft）等；《基业长青》作者吉姆·柯林斯；“颠覆性创新之父”克里斯坦森；“情商之父”戈尔曼；“蓝海战略”奠基人 W. 钱·金、勒妮·莫博涅等人作品；围绕专业，订阅全国连锁经营协会创办的具有影响力的专业杂志《连锁》，为专业教师及学生的专业素质提高提供有价值的、前瞻性的参考读物。

3. 数字资源

本专业以建设完成《门店布局与商品陈列》、《门店营运》、《门店销售与服务技巧》三门课程的资源库及 APP 教材，依托学校共享平台建设，用好专业教学资源库，促进优质资源共建共享，

为学生、教师、企业搭建互通的桥梁，帮助教师备课、促进学生学习，不断提高专业的社会影响和人才培养质量。

加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的课程资源，建好用好专业教学资源库，促进优质资源共建共享，为学生、教师、企业搭建互通的桥梁，共享的平台，从而推动校企合作、帮助教师备课、促进学生学习，不断提高专业的社会影响和人才培养质量。增加线上教学手段，以满足线上教学需求。

（四）教学方法

1. 课程思政融入

落实课程思政总目标要求，围绕课程的思政教育定位，认真分析课程内容，明确每堂课的思政教育主题和思政教育内容，挖掘提炼思政元素，选取针对性的典型案例、模范人物、经典语句，创设典型活动，采用合理的方式，精准适配教学内容，巧妙融入课程教学，激发学生情感共鸣，落实各类课程与思想政治理论课同向同行要求。完善现有课程教学大纲，在教学目标中增加课程思政维度的目标要求，根据课程思政目标设计相应教学环节，在教学团队、课程内容、教学组织、教学方法、实践教学等环节将课程思政元素融入到学生的学习任务中。要探索课程思政多元化教学方法，依托在线课程建设网络平台，采用专题式、案例式等多种教学方法，潜移默化地将课程思政教学目标融于教学设计中。对于成效好、反响佳的典型教学案例，要及时发掘和总结推广，为教师树立样板，为提升课程育人效果提供借鉴。

2. 教学方法运用

本专业教学过程中应做到传统与现代的有机结合，灵活运用讲授法、案例教学法、情景教学法、项目教学法等教学方法，保证课堂教学的吸引力。本专业建议采用的教学方法有：

（1）教学做一体法：由一位专业课教师承担理论和技能的教学，将专业设备和教学设备同置一室，将专业理论课与生产实习实践性教学环节重新分解，整合，安排在专业教室中进行教学。师生双方共同在专业教室里边教，边学，边做，来完成某一教学任务。以技能训练为主线，突出培养学生的操作技能为重点，较好的解决理论教学与实习教学脱节问题，增强教学直观性，充分体现学生的主体参与作用，有助于教学质量的提高。

（2）案例教学法：教师根据行业企业情况选定典型案例，进行有针对性的分析、梳理和讨论，做出自己的判断和评价。这种教学方法拓宽了学生的思维空间，增加了学习兴趣，提高了学生的能力。案例教学法在课程中的应用，充分发挥了它的启发性、实践性，开发了学生思维能力，提高了学生的判断能力、决策能力和综合素质。

（3）情景教学法：情景教学法是本专业实操课最为普遍使用的一种教学方法。实训场所在规划、建设时均按照企业实际经营模式设计建设，给学生一个真实的环境，根据企业各岗位的工作任务，设定教学内容。再通过教师的组织、学生的演练，在仿真近乎真实的环境下、切实的工作任务中达到教学目标，既锻炼了学生的临场应变、实景操作的能力，又让学生感受了企业工作的实际状态，提高了教学的感染力。这种教学方法在各职业技能课程中的运用，不仅提高了学生的学习兴趣 and 动手能力，还培养了学生适应今后工作环境的能力。

（4）项目教学法：学生在教师的指导下亲自参与完成一个项目的全过程，在这一过程中学习掌握教学计划内的教学内容。学生全部或部分独立组织、安排学习行为，解决在处理项目中遇到的困难，提高了学生的兴趣，自然能调动学习的积极性。“项目教学法”是一种典型的以学生为中心的教学方法。

3. 信息化技术应用

本专业利用信息化教学方式与手段，如：共享型专业教学资源库云综合平台、BB 平台、蓝墨云班课等提高教学效度与质量。并在加强专业教学资源库建设的基础上，积极采用多种组织形式，如班级授课、企业实践、学习化小组、订单培养、顶岗实习、翻转课堂等应用于教学实践，打破时间与空间的界限，为开展学生的“自主学习”创造更为有利的条件。

4. 教学组织形式

（1）“订单培养”模式

本专业与百胜集团、7-11 集团实现合作办学，与企也协同育人，以企业为主体发挥作用，通过共同修改制定人才培养方案、为企业培养更适合的人才。通过共同组织学生实习，使学生亲身体验连锁经营管理工作的基本流程，亲自体验企业文化、企业的管理要求等，更好地检验自己对课堂教学内容的了解和掌握程度。顶岗实习结束后，学生可以根据自己在实践过程中所存在的缺陷和不足进行弥补，更好地提高学生对该知识的了解和掌握。同时，订单培养模式还可以培养学生吃苦耐劳精神，提高学生的责任意识和职业意识。此外，该模式还能够使学生注意相关工作细节，更好地提高高职学生的连锁经营管理工作水平，使他们更好地胜任连锁经营管理工作。

（2）“现代学徒制”模式

本专业与企业合作实现“现代学徒制”模式，实现对学生以技术技能培养为主，将现代高职教育理念与传统的学徒培训相结合的一种新型校企合作的职业教育制度。学生既在学校学习又在企业实训。学生具备双重身份，在学校是学生，在企业是学徒，学徒在企业享有学徒津贴。在学校主要学习理论部分，在企业岗位上由师傅带领培训技能。以提升学生的职业素养与技能为目标，实现产业需求与专业设置对接，职业标准与课程内容对接，生产过程与教学过程对接，职业资格证书与毕业证书对接。

（3）“双师同堂”式教学

课程主讲教师邀请资深企业高层领导作为嘉宾共同参与课堂教学，使学生既学习了理论知识，又通过企业导师的职业经验分享开阔眼界，了解更多的实务知识，得到双重收获。

（4）线上线下混合式教学

线上的资源是开展混合式教学的前提，把传统的课堂讲授通过微视频上线的形式进行前移，给予学生充分的学习时间，尽可能让每个学生都带着较好的知识基础走进教室，从而充分保障课堂教学的质量。在课堂上讲授部分仅仅针对重点、难点，或者同学们在线学习过程中反馈回来的共性问题。通过在线学习让学生基本掌握对基本知识点，在线下，经过老师的查缺补漏、重点突破之后，剩下的就是通过精心设计的课堂教学活动为载体，组织同学们把在线所学到的基础知识进行巩固与灵活应用。让师生之间的见面用来实现一些更加高级的教学目标，让学生有更多的机会在认知层面参与学习，而不是像以往一样特别的关注学生是否坐在教室里。基于在线教学平台或者其他小程序开展一些在线小测试是反馈学生学习效果的重要手段。通过这些反馈，让教学的活动更加具有针对性，不但让学生学得明明白白，也让教师教的明明白白。

（五）学习评价

1. 评价描述

本专业根据不同类型的课程，采取灵活多样的考核、考试形式，着重考核学生综合运用所学知识、解决实际问题的能力。如专业基础课以考查为主，考核学生对理论知识的了解；专业核心课采用闭卷考试方式，以考核学生对知识的理解；教学做一体课程采取理论考试和过程化考核相结合，考核学生对于知识的运用；毕业考核和部分选修课为企业课程，采用考试方式，由企业导师出题并结合学生日常表现评价。通过考核方法改革使学生牢固掌握所学的理论知识，学以致用，重视职业能力的培养。突出职业能力与职业精神评价内容，突出过程性考核以及企业第三方评价方式。

2. 课程学习评价

课程性质	主要考核方式	主要包含课程	课时小计	占总学时比例
平台课	考查、考试	管理概论、经济法、经济学基础、商务礼仪、商务数据分析、跨专业综合实训	212	7.86%
专业核心课	考查、考试	商品实务、连锁经营管理、物流管理、电子商务实务、客户关系管理、品类管理、连锁企业配送管理、连锁企业人力资源管理、市场调查与分析、连锁企业采购管理	592	21.94%
企业课程	考查	企业课程—市场营销策划、企业课程—企业电商运营、企业课程—企业管理综合、企业课程—全面质量管理、企业课程—企业物流配送、企业课程—客户管理	192	7.12%
卓越课	考试	特许经营实务、连锁门店营运、门店销售与服务与技巧、门店布局与商品陈列	256	9.49%

2. 技能实训评价。通过实训软件及实训过程中的表现进行评价。

3. 岗位实习评价。企业导师为主根据学生表现进行评价。

4. 毕业考试（考核）评价方面，采取企业现场考核方式。实习企业指定毕业考核题目，并安排学生进行考核。考核内容为理论知识和现场考核两部分，理论部分由企业和学院共同制定，现场考核部分由企业制定。企业选派 3-5 名评审与企业导师共同为学生打分。

（六）质量管理

我校的教学质量和监控实行校系两级管理。学校先后制定了教学基本建设、教学运行管理、教学质量管理与评价、考核与奖励、教学经费使用与管理等方面的一系列规章制度，汇编成《天津职业大学学校教学管理制度》各级教学管理部门职责清晰，规范明确，制度完善。

1. 成立组织机构

为连锁经营与管理专业建设的科学健康发展，应成立由 2-3 名院内专业骨干和 4-5 名院外行业或企业专家组成的国际化专业建设指导委员会，负责专业建设的规划、指导、咨询、监控等工作；成立专业教研室，配备教研室主任 1 名及专业带头人 1-2 名，具体负责专业建设项目的实施、组织专业教学与实习开展等工作。系分管理教学、学生工作的副主任主要负责制定专业教学与学生管理的相关制度；专业与课程建设、教学运行、学生行为的督导、监控等。

成立由国际化企业专家参与的质量保障机构，由分管教学的副院长牵头，其日常工作办公室设在教务处，参加人员包括企业专家、教务处、人事处、就业指导中心、学生处的负责人，其任务是要使教学质量保障体系的每个环节能顺利执行。机构人员必须对工作认真负责，具有丰富的人才培养知识和经验，能确认影响人才培养质量的因素及其影响程度，提出控制方法、监督程序和补救措施。

2. 构建专业人才培养质量保障体系

（1）制度建设

本专业在人才培养运行过程中，应加强专业人才培养质量保障体系建设，健全教学建设常规化和教学管理制度化机制，根据学院管理制度和专业建设指导性意见，重点解决执行和落实问题。开发并部分引进教学督导质量监控定性化、量化的教学考核信息评价体系，建立覆盖教学各环节的质量考核信息卡与档案，实施规范的教学质量监控与评价。专业建设制度建设主要针对教学管理制度体系、顶岗实习管理制度体系、教学质量保障制度体系等三个方面，例如：《实践教学规程》、《选修课管理办法》、《学生学业成绩考核管理规定》、《教学管理基本规程》、《教学档案管理办法》、《学生顶岗实习管理规程》、《教师挂职锻炼管理办法》、《校外顶岗实习导师管理规程》等等。从而规范专业人才培养质量保障的过程管理，为教学质量的提升提供保障。

（2）质量标准建设

学习借鉴企业全面质量监测管理的理念、方法，进一步改革、完善教学质量管理工作。构建有特色的连锁教学质量监测管理系统，实现教学质量监测的质量监测、质量控制、质量改进全程系统化。从连锁经营与管理专业国际化专业内涵发展的要求和学院实际出发，以全面质量监测管理思想为指导，系统完善教学环节监测标准建设和教学输入质量控制、过程质量保障、成果质量评价环节的制度建设。充分发挥两级督导的教学质量管理优势，推动全员参与教学质量管理工作，将质量保障融入教学全过程，逐步建立校内评价与校外评价结合、实践教学以校外评价为主的教学评价模式。

（3）教学质量监测系统建设

成立企业人士参与的质量保障监测、评审机构，由主管院长负责，其日常工作办公室设在教学质量监测办公室，参加人员包括企业专家、教学质量监测办公室负责人、教学督导专家，其主要任务是评审关键影响因素的确定、建设标准或建设指导意见、实施方案、监控措施、整改方案是否合理，以及监督实施部门的工作，保证体系的正常运转。

九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修完专业人才培养方案所规定的课程与教学活动，修满 159.5 学分，在德、智、体、美、劳等方面达到毕业要求，方可毕业，在校期间鼓励学生考取与本专业相关的职业资格证书或行业权威证书，支撑学生未来在就业、创业、学业等方面持续发展。

本专业的指导性最低学分框架如表所示（三年制）：

课程分类		课程类别	课程大类	最低学分要求
通识课	思想政治理论课	必修课	—	9.0
		选择性必修课	—	2.0
		选修课	—	2.0
	公共课	必修课	英语类	8.0
			体育类	7.0
			数学类	5.0
			信息技术	3.0
			劳动素质教育	1.0
			军事理论	2.0
			心理健康教育	0.0
			大学生职业规划与就业指导	2.5
			创业基础	2.0
		选择性必修课	英语类	2.0
		选修课	优秀传统文化类	必选 1 学分
			公共艺术类	必选 1 学分
			生态文明类（含健康教育）	任选 2 学分，类别不重复
			法制安全类（含国家安全教育）	

			国际视野类	
			自然科学类 （含信息技术拓展模块）	
			就业指导类（含双创教育）	
专业（技 能）课	平台课	必修课	管理概论等	13.0
	专业课	必修课	连锁经营管理等	37.0
		选修课	消费心理学等	12.0
	卓越课	必修课	连锁门店营运等	16.0
		选修课	技能竞赛项目模块	10.0
集中实践		必修课	军事技能	2.0
			岗位实习	20.0
			毕业考核	2.0
总计				159.5