

连锁经营与管理专业

人才培养方案

专业大类：	财经商贸类
专 业 类：	工商管理类
专业名称：	连锁经营与管理
执行年级：	2023 级
修订日期：	2024.07

《连锁经营与管理》专业人才培养方案

专业代码：530602

专业名称：连锁经营与管理

适用年级：2023 级

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经济管理、连锁经营、商业特许、物流配送及相关法律法规等知识，具备门店开发、品类管理、采购管理、营销企划、视觉设计、顾客服务、门店营运等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事展店管理、门店管理、区域督导、电商地推等工作的数智化复合型技术技能人才。

二、入学要求

普通高级中学毕业。

三、学制与学历

学制：三年；

学历：专科。

四、职业面向

序号	岗位类别	职业岗位	工作任务	能力、知识与素质要求	主要支撑课程
1	核心岗位	门店店长	(1) 全力贯彻执行总店经营方针，推行总店的品牌策略，保持与总部的沟通与协调。 (2) 对门店进行有效营销和推广，负责商品的交接、损耗与库存的合理控制，保证门店规范化运作，带领门店员工实现经营、管理和效益目标。	(1) 熟悉连锁经营分店基本架构，对连锁经营机构商业运营模式有系统了解，掌握连锁经营人、物、财、信息等方面管理的基本知识。 (2) 具备商品的损耗与库存控制技能、商品陈列技巧、门店促销策划、广告宣传以及人员管理等能力，能够有效指导各项运营工作的开展。 (3) 具备优良的实干精神、良好的人际关系处理能力、自	连锁经营管理实务*、门店营运实务*、品类管理*

序号	岗位类别	职业岗位	工作任务	能力、知识与素质要求	主要支撑课程
				我成长能力、领导下属的能力、具有挑战意识，全局观念、耐心细致、抗压能力强。	
2		总店业务主管	(1) 负责总店所有货物业务的总体统筹与规划。 (2) 总体货物采购渠道的选择与确定，日常鲜度管理、损耗管理、库存管理、拍卖、促销管理。。 (3) 定期检查各项工作目标执行状况，执行中发生差异、难点，能立刻察觉并制定相应措施，进行经营数据分析及科学费用预算控制。	(1) 掌握连锁经营商品的鲜度管理、库存管理、商品陈列技巧、盘点知识、定价管理、损耗管理以及费用预算及控制等基础知识，熟悉现场安全与环境卫生标准。 (2) 具备连锁经营商品订货、存货及发货流程和管理的技能，统筹处理技能以及应急处理能力。 (3) 具备较强的学习与工作沟通能力、团队精神，敬业诚信，富有进取精神，擅长统筹调度，并能承受工作压力。	特 许 经 营 实 务*、新 媒 体 营 销 *、商业数 据 分 析*
3	相关岗位	培训讲师	(1) 负责连锁经营企业终端培训会、招商会、订货会、终端大型沙龙讲座和促销的策划、组织和主持，协助部门领导做好团队管理工作。 (2) 负责分店员工相关连锁经营知识及技能的培训，协助相关部门做好课程设计工作，根据市场与业务需求进行培训教材的整理、开发与编写。	(1) 熟悉掌握连锁经营门店设计、销售推广、货物配送、商品上架及管理等系列基本知识及综合知识。 (2) 普通话标准，语言富有感染力，能熟练运用办公软件，能够针对员工与客户需求进行相应培训课件设计，制作编写相关案例及培训课程教材。 (3) 具备较强的责任感和学习能力，对工作富有主动性，能独立完成委派的工作，精力充沛，思维活跃，勇于接受挑战。	连 锁 企 业 人 力 资 源 管 理
4		物流专员	(1) 负责配送中心商品的进销存和周转管理，定期汇总各项物流管理报表，并根据管理报表改进物流运作。 (2) 负责管理商品包装，表单填写，安排快递计划，协调各分店间商品调拨跟踪及	(1) 具有连锁经营货物物流基础知识、掌握物流管理、供应链管理的相关流程及知识，具备公司业务知识和财务基础知识，精通 EXCEL 操作，熟悉物流操作流程。 (2) 具备良好的计划、管理、沟通和协调能力，责任心强，诚信、细致，有较强的团队合作意识。	采 购 与 供 应 链 管 理

序号	岗位类别	职业岗位	工作任务	能力、知识与素质要求	主要支撑课程
			差错处理工作。		
5		区域督导	(1) 依据公司整体经营战略目标, 制定并分解区域内月、季、年度销售和利润目标, 并将销售目标及利润目标落实到团队所有人员并确保目标的达成。 (2) 负责直营终端店铺人员管理及分配工作。 (3) 跟踪店铺客户的销售、货品进、销、存的分析。	(1) 具备组织人员行为模式与管理对策、终端门店营运规范与流程、督导职责及专业知识、督导业务的基本流程、督导业务常见问题与应对方案等知识。 (2) 具备良好的沟通能力和人际关系技巧、良好的计划能力和追踪能力、相应的业务及管理知识及技能、掌握分店的营运管理模式。	服务管理实务*

五、人才培养目标

本专业培养面向生产、建设、管理、服务第一线需要的, 既有科学文化素养, 又有连锁企业商品管理、营运管理、人员管理技能, 具有健全人格和良好职业道德的高素质技术技能人才。具备管理学、经济学、心理学、社会学、法学等多学科知识背景, 具有家国情怀、社会责任和历史使命感, 具备职业道德素养、数字化意识思维、创新创业精神和终身学习本领, 掌握连锁管理门店管理实操和信息化数据处理能力, 熟悉相关法规, 能掌握连锁企业商品管理、营运管理、客户关系管理和人员管理等的工作, 基础扎实、知识面宽、能力强、素质高, 富有创新精神和专业拓展能力的复合应用型人才。落实立德树人根本任务, 弘扬社会主义核心价值观, 坚持育人与育才相统一, 培养德智体美劳全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人。

六、人才培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

(一) 素质目标

1. 思政素质

坚决拥护中国共产党的领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下，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；坚定“四个自信”，做到“两个维护”，具有零售企业正确的世界观、人生观和价值观，爱国守法、明礼诚信、团结友爱、勤俭自强、敬业奉献、较强自我管理意识。

2. 文化素质

具备一定的文学、历史、艺术等人文社会科学素养，具有良好的文明修养、健康高尚的审美趣味，具有关注零售时事动态，分析并运用市场信息的基本素质，具有一定的批判性思维和互联网意识，具有较强的商业思维。

3. 职业素质

热爱自己所学的专业及将来从事的事业，具有良好的职业道德和职业素养，热爱劳动、诚实守信、爱岗敬业；具有较强的集体意识和团队合作精神，具有零售企业吃苦耐劳的优良品质、严谨细致的工作作风和零售企业诚实守信、忠于职守工作素养和科学的创新精神。

4. 身心素质

具有健康的体魄和良好的心理素质，达到国家对大学生体育与健康方面规定的体质健康标准；乐观向上，充满正能量，积极进取；具有零售企业良好的心理素质，有效的沟通与自我管理能力和自我管理能力，能够经受困难和挫折，适应各种复杂多变的工作环境和社会环境。

（二）知识目标

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
2. 熟悉与商业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；
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内容、工作流程等相关知识。
5. 掌握品类管理相关知识和基本方法，特别是生鲜品类管理方法和供应链管理尤其是商品采购的相关知识；

6. 掌握数字化时代连锁企业门店店长数字化运营和管理的主要工作内容和方
法；

7. 掌握智慧零售时代连锁企业数据分析顾客类型的主要工作内容和方法。

（三）能力目标

1. 具备信息处理、数字应用的能力；
2. 具备良好的语言、文字表达和与人沟通的能力；
3. 具备自我学习、分析问题与解决问题的能力；
4. 具备连锁企业门店开发与设计工作拓展的能力；
5. 具备连锁零售信息收集和零售数据分析与应用的能力；
6. 具备加盟连锁企业创业的能力；
7. 具备运用连锁经营技术进行门店运营与运营的能力；
8. 具备连锁企业采购、配送、商品管理的能力。

七、课程设置及安排

课程类别包括公共基础课程和专业课程；课程性质包括必修课程和选修课程。

专业课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业选修课，并涵盖有关实践性教学环节。

（一）课程设置

1. 公共基础课程

以“职业教育与终身学习对接”为原则，确定本专业需要的科学人文素质，在学院层面构建终身教育理念下的公共课程群，包括思想道德与法治、职业生涯规划与发展、入学教育、体育、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、计算机应用基础、形势与政策，实现文化浸润、人格养成。

2. 职业技术基础课程

以“课程内容与职业标准对接”为原则。以“课程内容与职业标准对接”为

原则，按两种方法构建专业技术基础课程，一是从连锁企业提炼出共性的知识与基本技能，开发成专业技术基础课程，培养学生的基本职业能力；二是考虑学生不同成长阶段的认知能力，开发专业基础实践课，提高学生兴趣，达到教学目标。

3. 职业岗位核心课程

以“专业与产业、职业岗位对接体现”为原则。以“专业与产业、职业岗位对接体现”为原则。主动适应连锁企业对人才竞争力的要求，以“连锁企业经营管理”构建学习领域课程，设置专业技术应用和岗位实践课程。

4. 素质拓展课程

可以是学习领域性质的课程，也可以是通识性质的课程，根据实际需要灵活设计，以实现知识和能力的拓展。包括院级和系级两级平台，院级素质拓展课程主要是通识性质的课程，对于不易设计成教学情境但又是人才培养必须的各类课程内容可以纳入到系级素质拓展课程模块。

5. 就业方向课程

利用校外基地的实际岗位，与企业、基地合作开设综合实践课程，实施理实一体教学，使学生在做中学、学中做，培养学生走向职场、融入社会的自主就业能力。这是动态的课程模块，每个年级以当年实际合作的课程为准。

6. 职业资格证书达标课程

以“学历证书与职业资格证书对接”为原则。以“学历证书与职业资格证书对接”为原则，设置《连锁企业品类管理》课程，强化职业资格证书考试教学内容，提高职业资格证书通过率。

（二）课程安排

1. 专业基础课程

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
01	工商企业	掌握管理思想的发	主要教学内容：企业	按照课程标准的要

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
	管理实务	展历程和现代管理中计划、组织、领导、控制、激励与沟通等各项管理职能的基本原理和基本方法等理论知识。具备利用管理学思想分析管理活动本质、解决管理实践问题的能力。具有现代管理意识、积极的开拓精神和创新意识以及良好的团队合作精神。	经营理念辨析、企业战略与决策选择、企业组织结构设计、企业人员配置、企业领导力构建、企业激励体系构建、沟通渠道构建、控制体系构建、管理模式优化。 课程思政融合点： 引入企业管理制度、法律法规等规章职业素养培育，引导学生强化纪律意识、文明意识，养成良好习惯。	求，结合智慧职教课程网络教学资源，采用案例讨论、分组教学、头脑风暴、讲授、点评等多种方法开展教学，课程评价结合云课堂学习过程记录、小组课堂演示及在线考试系统期末考核进行；教学场所要求具备多媒体授课条件、能够开展线上线下混合式教学的实训室。
02	商务数据挖掘与应用技术	掌握商务数据分析的基本概念及常用方法，能够运用工具进行数据采集与处理，培养学生分析市场数据、产品数据、客户数据、客服绩效、交易数据、推广数据等的能力，具备运用恰当的图表进行可视化展示的能力，且	主要教学内容： 数据分析认知、数据分析方法论、数据分析方法与工具、流量来源分析、供应链分析、商品销售分析、经营环境分析、营销活动策划、客户分析、客户服务分析。 课程思政融合点： 教学案例中融入社会主	该课程在教学实施过程中运用讲授法、小组讨论、角色扮演等多种教学手段，运用爱课程平台上《商务数据分析与应用》国家精品在线开放课程、国家职业教育移动商务专业《商务数据分析与应用》课程资源辅助教学，教学中应与电子商务数据

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
		具备根据分析结果及时调整运营方案的职业能力；具有较强的数据敏感度、保护力、洞察能力，在数据分析过程中，能坚持科学的价值观和道德观。	义核心价值观，如在数据采集与处理过程中将不危害国家安全、不侵犯他人知识产权等思想政治教育内容内化于教学内容中；课后引入思政考核内容，完成知识体系和价值体系双轨并建。	分析 1+X 技能等级标准相融合，实行线上线下混合式教学，实训室应具备电商数据分析实训平台，教师具备熟练运用 EXCEL、SPSS 分析工具或环鸣数据分析工具的能力。
03	经济学基础	掌握经济学专业术语和基本原理；运用微观经济学的专业知识理解社会现实生活中的具体经济现象，能基本了解宏观经济学的相关内容，运用它分析国家宏观经济现象及国家经济政策；通过完成各类项目任务，培养学生的经济思维，具备经济人的思维。	主要教学内容：市场理论，供求价格理论，消费者行为分析，生产者行为分析，市场结构理论，厂商均衡分析，市场失灵与微观经济政策，国民收入决定理论，失业与通货膨胀，宏观经济政策分析。 课程思政融合点：通过了解中国的经济现状来了解中国在整个世界经济中的地位和承担的角色。	让学生通过课堂听讲、案例研讨、动手操作、实地考察等多种手段，在真实或仿真的学习情境中学习并掌握经济分析基本技能。结合线上线下等教学资源开展教学；结合信息技术开展多样化教学；注重过程评价和结果评价相结合；调动学生的积极性、主动性和创造性，培养学生的创新精神和独立思考分析问题解决问题的能力。

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
				力。
04	电子商务	掌握电子商务内涵及发展、电子商务框架、电子商务安全、电子支付、电商物流、新媒体营销等知识。具备搭建企业电子商务基本架构，电子商务平台熟练操作，搜集处理商务信息、安全完成支付，新媒体营销推广及客户管理等能力。具有正确的世界观、价值观，强烈的爱国情感和民族精神；具有强烈的好奇心和探索精神，持续关注互联网和商业领域的新技术、新商业模式；具有较强的责任心，养成良好的职业习惯。	主要教学内容：电子商务初识、电子商务传统模式、电子商务创新模式、网上支付与结算、电子商务安全、电子商务物流、电子商务营销、客户关系管理、电子商务实战。 课程思政融合点：在职业规范上，渗入新商科背景下的互联网思维、创新创业思维；提升自身文化素质的多元性，与区域文化、行业文化、企业文化融合，开放且包容；对互联网和商业领域的新技术、新商业模式有较强的敏感度；在项目任务中，融入爱岗敬业、诚实守信等职业素养。	教学实施过程中按照课程标准要求，合理安排教学内容；充分利用案例分析、头脑风暴、角色扮演法、讨论法等教学方法，坚持线上线下过程性考核和结果性考核，同时将第三方评价纳入考核体系，学习过程中贯串学习任务，激发学生热情，夯实基础，锻炼技能。利用校级在线开放课程、校企合作网上实训平台、校内实训室提供的系统性教学资源，结合电子商务行业企业网站、APP 等生活中的资源，鼓励学生体验和探讨电子商务运营，开展多样化教学。
05	市场营销	掌握市场营销活动	主要教学内容： 现代	通过以任务为导向的

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
		的基本过程，掌握市场营销各环节的基本决策方法，能制定市场营销总体活动方案，并能把前导课程与该课程应用相结合，具有信息收集能力、市场机会识别能力、团队合作精神；能有积极的劳动精神和社会主义核心价值观。	市场营销观念确立、市场机会分析、市场营销调研、目标市场选择、营销组合管理等。 课程思政融合点： 企业在产品营销过程中不弄虚作假、并遵守相关法律法规、不侵犯消费者的权益。自觉抵制歪风邪气，向广大客户传递以社会主义核心价值观为基础的正能量。	教学方式，采取案例教学法、情景模拟法、小组研讨法、专题辩论法和现场实践等方法，以营销方法与技能的训练为主线，以营销工作过程与工作任务为学习单元设计依据，将营销人员从业要求融入课程学习内容，以达到夯实基础、适应专业岗位职业要求的目标要求。

2. 专业核心课程

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
01	连锁经营管理技术	掌握零售和连锁企业的内涵；了解零售和连锁发展趋势，能了解零售业态，并能区分不同零售业态的经营特点和连锁经营的	主要教学内容： 商业与零售业认知、连锁经营管理认知、连锁企业业态、连锁经营模式、连锁其企业组织结构、连锁企业经	在任务训练中培养学生，按照连锁企业门店营运与总部管理中各种职业岗位能力要求设计内容，通过任务完成的形

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
		模式；能对连锁企业的组织结构和运营三大系统职能进行区分；了解连锁企业的门店开发、商品陈列等企业经营过程；能具有细致的工作态度和正确的劳动精神。	营过程、连锁企业发展展望。 课程思政融合点： 将社会实证中连锁企业在发展过程中存在的违法违纪问题引入课程相关内容，使学生了解企业应承担的社会责任和社会义务。	式，采取理论授课、案例分析、情境模拟、小组讨论、企业参观等方式，完成“仿真+全真”的连锁经营管理教学。采用过程性考核与结果性考核相结合的原则。充分调动学生学习的积极性、主动性和创造性。
02	连锁企业品类管理（课证融通）	掌握品类管理的基本理论、基本方法；能够制定商品组织结构表；对品类角色进行定位并对品类的现状进行评估；制定品类策略并将策略向战术转化；能够对连锁企业品类管理实施和回顾提出建议；培养的敬业精神，吃苦耐劳、团结合作、严谨细致的工作态度。	主要教学内容： 品类认知、品类定义、品类角色、评估评估、品类目标制定、品类策略与战术的制定 品类实施与品类回顾。 课堂思政融合点： 融入与课程内容相关的时政新闻、社会焦点、典型事迹等内容，使学生具备零售人的职业素养。	采用典型工作任务项目化课程开发模式，确定本课程学习目标和学习内容。让学生通过课堂听讲、在线课程、案例研讨、动手操作、实地考察等多种手段，在真实或仿真的学习情境中学习并掌握品类管理的基本技能，培养学生的商品管理能力。
03	门店布局与	掌握卖场规划设计的外部动线设计、内部	主要教学内容： 外部动线设计、内部动线	让学生通过课堂听讲、案例研讨、动手

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
	商品陈列	动线规划、货位布局、卖场氛围营造、超市商品陈列、服装商品陈列、色彩规划等应知应会知识，能够进行客动线调研诊断和时尚消费品陈列展示；学生能够对卖场氛围塑造提出改进建议。	规划、货位布局、卖场氛围营造、超市商品陈列、服装商品陈列、色彩规划。 课程思政融合点： 在每次教学中融入与教学内容相关的社会新闻、时政热点等，引导学生弘扬社会主义核心价值观。	操作、实地考察、在线课程等多种手段，在真实或仿真的学习情境中学习并掌握卖场规划与陈列设计的基本技能，培养学生的视觉营销能力；注重过程评价和结果评价相结合。
04	数字营销	知识目标：理解数字营销的基本理论和框架。 能力目标：掌握数字营销策略制定和执行的基本技能。能够运用数字营销工具进行有效的市场分析和推广活动。具备分析数字营销效果和优化营销策略的能力。能够参加市场营销技能大赛。 素质目标：培养创新思维和解决实际问题的能力，为将来从事	(1) 数字营销基础：掌握数字营销的基本概念、特点和重要性，包括搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销等。 (2) 数据分析和转化率优化：掌握数据分析工具和技术，分析数字营销活动的效果，优化转化率，提升营销 ROI。 (3) 数字营销案例分析：分析国内外成功的数字营销案例，学	遵循“专业要求和岗位技能相对接、课程内容与职业标准”的职业教育理念，确定本课程学习目标和学习内容。让学生通过课堂听讲、在线课程、案例研讨、动手操作、实地考察等多种手段，在真实或仿真的学习情境中学习并掌握数字化营销的基本技能，培养学生的数字营销能力。采用过程性考核与结果性考核相结合

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
		数字营销工作打下坚实的基础。	习其经验和教训，培养学生解决实际问题的能力。 (4) 实战操作与演练：通过模拟项目或真实案例，让学生亲手操作数字营销工具，实践中学习和提高。	合的原则。充分调动学生学习的积极性、主动性和创造性。
05	门店数字化运营管理	掌握门店数字化运营管理的基础知识以及门店数字化运营与管理各种手段、技术、方法。使学生达到能熟练运用各种门店数字化运营与管理工具完成门店日常运营的现场管控、经营状况分析与利用 CRM 大数据进行营销活动设计与执行等相关工作，从事门店数据分析及渠道精准推广、成本管控及销售目标管理、连锁门店大数据管理等工作。	主要教学内容： 连锁门店基础运营与管理概述；门店全渠道数据分析与渠道推广分析，包含：收银与采购数据汇总与分析、推广渠道精准选择与方案制定、KOL 反馈数据分析与效率提升管理；门店顾客画像分级与客户服务，包含顾客画像、会员数据建模分析、客户关系管理；门店 QSC 建设与现场管理。 课程思政融合点： 门	采用“教学做一体化”相结合的方式，采取讨论法、案例法、练习法、分组实践法等学习方法，让学生通过课堂理论教学和连锁企业门店实操，在真实或仿真的学习情境中学习并掌握门店运营与管理的知识，培养学生连锁门店运营管理的各项基本能力。采用过程性考核与结果性考核相结合的原则。充分调动学生学习的积极性、

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
			店的安全管理、环境管理要遵循相关法律、法规。	主动性和创造性。

3. 综合实践课程

课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
顶岗实习	通过企业的一系列顶岗实习，熟练掌握企业各岗位的基本操作流程，如门店运营的基本流程和商品促销的方式和技巧，并能进行实际操作；能够处理工作中的各项问题。培育学生岗位素养，提高学生的实际工作能力和就业竞争素养。	主要教学内容：门店运营的基本流程和商品促销的方式和技巧，包括收银、理货、商品陈列、电商到家服务、客服、促销等。 课堂思政融合点：通过实习，培养以爱岗敬业、诚实守信、吃苦耐劳为重点的良好职业道德；增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度。	学生的日常管理由学校 and 门店共同负责；实习专业指导由专业教师和门店员工共同担任，组成双导师制教学。全程跟随指导学生，掌握学生实习情况，让学生学习并掌握岗位知识。采用过程性考核与结果性考核相结合的原则。充分调动学生学习的积极性、主动性和创造性。
毕业实习	通过毕业生生产实习，加深对本专业理论知识	实习内容由实习指导教师和实习基地负责人根据专	集中组织实习，实习地点为本专业实习基地。分散

	识的理解和运用，更好实现理论与实践相结合，缩短学生毕业后进入实际工作岗位的适应期，实现培养高素质技术技能人才的目的。	业培养目标和企业生产实际情况制定。一般应有以下内容：安全生产、劳动纪律、爱岗敬业方面的教育。参与生产实习。完成实习总结报告。	实习，学生按照实习大纲，在自己联系的单位或学院组织的顶岗实习单位，完成实习环节。学校企共同管理和考核学生实习表现。
毕业设计（论文）	通过毕业设计（论文）题目选择、资料查询、开题报告编制、具体设计实施、成果总结、论文撰写和答辩等环节，全面训练并提高学生综合运用所学知识和技能分析和解决本专业实际问题的能力，为今后的工作和继续学习打下良好的基础。	公布选题→下达任务书→提交开题报告→中期检查→毕业设计（论文）初稿指导→毕业设计（论文）反抄袭检测→毕业设计（论文）定稿→毕业设计（论文）评阅→毕业设计（论文）答辩→毕业设计（论文）成绩评定→毕业设计（论文）材料归档→总结评估。	根据学校职责、教研室职责、指导教师职责和学生的职责，按照规定的具体流程、具体要求和时间节点，认真做好毕业设计（论文）各环节的具体任务。

八、教学保障

（一）师资队伍

对专兼职教师的数量、结构、素质等提出有关要求。

1. 队伍结构

现有专任教师 18 名，在校学生 175 人，师生比为 10:1；专任教师中，副教授 10 名，讲师 4 名，助教 4 名，高级职称占比 55.6%，“双师型”教师 14 名，占比 77.8%；50~54 岁 4 名，40~49 岁 5 名，30~39 岁 4 名，20~29 岁 5 名，专任

教师职称、年龄梯队合理，教学科研能力强，能够满足专业教学需求。

2. 专业带头人

连锁经营与管理专业带头人 1-2 名副教授，能够较好地把握国内外连锁行业、专业发展，能广泛联系连锁行业企业，了解行业企业对新零售门店管理专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。熟悉本专业的培养方案，精通本专业部分核心课程，具有较高的教学能力；具有先进的高职教育理念、熟悉行业、企业新技术发展动态、把握专业发展方向的能力，能主持专业课程开发，带动课程教学团队进行教育教学改革、进行精品课程建设、教材建设、校内外基地建设、技术应用开发和技术服务等。

3. 专任教师

18 名专任教师均具有高校教师资格和本专业领域有关证书，“双师”素质教师占专任教师比例为 77.8%；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、人力资源管理、企业管理等相关专业硕士及以上学历；具有连锁经营专业和智慧零售管理的相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

兼职教师 10 名，主要从行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和“工匠精神”；具有扎实的连锁企业管理专业知识和丰富的实际工作经验，较高的专业素养和职业能力；具有本专业相关的中级及以上职称或高级职业资格，均了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。学院制订了《兼职教师聘任与管理实施办法》，明确权责，充分调动兼职教师参与教育教学的热情，保证教学质量。

(二) 教学设施

对教室，校内、校外实习实训基地等提出有关要求。

教室设施主要有普通教室、校内实训室、机房和校外实习基地构成。

普通教室一般配置课桌椅、智慧屏黑板、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，能基本满足正常课堂教学；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；校内实训室拥有能够满足连锁专业核心课程教学和实训需要的教学硬件和软件，包括连锁沙盘实训模拟软件、模拟连锁岗位现场的真实环境、教学软件、案例库资源等。

校外实训基地主要以星巴克、泸溪河、肯德基、必胜客等紧密联系、长期稳定的校企合作企业为主，以上企业门店规模大、商品种类丰富，门店管理先进，能满足专业实践教学、顶岗实习等教学活动的实施。

（三）教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

对本专业拥有丰富的信息化教学资源，有国家资源库，资源库已开放在线课程 7 门；有国家精品在线课程 1 门，每门课程都已建设了一定数量的多媒体素材（如图形/图像、音频、视频和动画）、题库、案例等教学资源。教材一般选用近三年之内、国家十三五规划教材以及省级精品教材为主。教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

（四）教学方法

对实施教学应采取的方法提出要求和建议

学习现代教育技术，利用智慧职教网络教学平台组织教学。连锁经营与管理专业所有的教师中，充分运用网络教学平台组织教学，借助连锁经营与管理专业国家教学资源库丰富教学内容，拓展教学思路。授课过程中坚持启发式教学，锻炼学生的商业思维能力。

为体现课程教学“教、学、做合一”、“工学结合”的原则，本专业课程在不同教学阶段采用相应的任务驱动、角色扮演、小组活动、案例分析、启发引导等多种教学方法。主要的教学方法如下：

1. 任务驱动教学法

教师根据课程内容设计工作任务，进行目标陈述，知识点讲解，然后做出示范；学生按工作任务要求在指导中练习，最后师生交流总结。

2. 角色扮演教学法

角色扮演教学法一种是在模拟情境下实施的模拟角色扮演教学法，一种在真实情境下实施的正式角色扮演教学法。

模拟角色扮演教学法：主要应用在教学课程模块的单项实训中。要求学生掌握各岗位作业流程、作业安排、作业规范及作业要领，教师边讲解边示范，然后由学生扮演岗位角色模拟操作相关作业，最后学生和教师点评总结。

正式角色扮演教学法：主要应用在综合实训课程模块的教学阶段，学生在校外实习基地分组进行真实职场环境下的正式角色化训练。教师布置实训任务与目标，学生按实习企业员工的岗位要求，进行顶岗实习，按完成岗位工作、岗位能力等指标以及实训报告进行实训考核。

3. 小组活动教学法

小组活动教学法就是由教师提出教学任务，由学生分组完成。小组围绕任务或去连锁企业进行调研，或上相关网站收集资料，或是进行具体项目操作，通过小组讨论发现问题并分析问题产生的原因，撰写研究报告并提出合理化建议。

(五) 学习评价

对学生学习评价的方式方法提出要求和建议。

建立多元评价机制，对学生学习效果实施自我评价、教师评价、用人单位评价和第三方评价相结合，及时诊断分析、发现问题、查摆原因、提出整改措施，不断改进提高，形成教学质量改进螺旋。建立评价主体多元化（教师、学生、家长、用人单位）、评价内容综合化（专业知识、操作技能、职业素养）、评价方法多样化（项目完成、操作、社会实践、志愿者、理论考核）的评价体系。

1. 过程性：从平时课堂检测、课后相关任务（作业、小论述、团体活动讨论）、实验实训操作水平、实践技能、理论测试等过程加以考核。

2. 综合性：考核学生的专业知识、专业技能、职业素质，结合学生的职业素养（职业道德、人文素质、职业意识、职业态度）与专业评价综合考核。

3. 行业评价：用人单位、实习单位对学生的职业胜任、职业发展、综合素质、专业知识和技能的考核。

(六) 质量管理

对专业人才培养的质量管理提出要求

1. 建立专业建设和教学质量诊断和改进机制。健全专业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，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。专任教师一学期须听课评课4次，每学期应保证有10%教师开展公开课、示范课教学活动，新教师必须实行一对一指导一年；教师若发生教学事故，不得参与当年评优评先，年度考核不高于合格等次。

3. 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，出具具体的分析报告，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，找出问题、分析原因，提出措施，为下一届人才培养提供参考依据。

九、毕业要求

1. 学分要求

学生通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案所规定的127学分：完成规定的教学活动，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。

2. 证书要求

①全国高等学校英语应用能力考试证书（必须），高等学校英语应用能力考试委员会颁发。

②全国计算机等级考试一级证书（必须），教育部考试中心颁发。

③品类管理师1+X证书（推荐），中国连锁经营协会（CCFA，简称协会）推出CCFA注册品类管理师（简称品类管理师）认证。