

酒店管理与数字化运营专业

2021版人才培养方案

山东水利职业学院

二〇二一年八月

目 录

一、专业名称	4
二、专业代码	4
三、入学要求	4
四、修业年限	4
五、职业面向	4
六、培养目标	5
七、培养规格	5
八、职业资格证书	7
九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析	7
十、课程设置及要求	9
十一、教学时间安排及课时建议	50
十二、教学实施建议	58
十三、毕业要求	60
十四、继续专业学习深造建议	62
专业人才培养方案开发团队名单	63

酒店管理与数字化运营专业人才培养方案

(专业代码: 540106)

0. 引言

专业简介

基本学制: 3 年

培养目标: 培养能够践行社会主义核心价值观,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,热情周到的服务意识,较强的就业创业能力和可持续发展的能力,掌握酒店服务与数字化管理的专业知识和技能,面向住宿业、餐饮业的前厅主管、餐厅主管、客房主管、销售主管职业群,能够从事酒店数字化运营、酒店融媒体运营、茶艺与茶营销、酒店收益管理、酒店督导管理工作的高素质技术技能人才。

就业方向: 本专业毕业生职业面向主要为住宿业、餐饮业领域的行业企业,从事酒店品牌建设、酒店收益管理、酒店电子商务运营、酒店视觉设计、酒店新媒体营销、酒店督导管理等技术领域的工作。

主要教学内容:

酒店数字化运营、酒店实务、酒店督导管理、酒店收益管理、酒店连锁经营管理、融媒体运营、商学基础、互联网应用基础、茶艺与茶营销、公共关系与商务礼仪等。

餐饮技能实训、咖啡与调酒实训、酒店管理信息系统训练、乘务实训、数字化客户管理实训、客户管理综合实务实训、客户服务部精细化管理实训、专业认识实习、毕业设计、顶岗实习等。

建设历史: 专业创办于 2006 年,至今已有 15 年的办学历史和经验积累,现有专业教师 12 人,企业兼职教师 15 人,累计为社会培养合格毕业生 550 余人。

2010 年,全国水利示范专业。

一、专业名称

酒店管理与数字化运营

二、专业代码

540106

三、入学要求

中等职业学校（或普通高中学校）毕业生或同等学力者。

四、修业年限

一般为三年，以修满规定学分为准，实行弹性学制，最长不超过6年，本方案按照三年编制。

五、职业面向

本专业毕业生职业面向主要为住宿业、餐饮业、数字商务领域的行业企业，从事酒店数字化运营、酒店产品营销、融媒体运营、茶艺与茶营销、酒店收益管理、酒店督导管理工作，见表1。

表1 酒店管理与数字化运营专业主要职业面向

所属专业大类（代码）A	旅游类（5401）
所属专业类（代码）B	酒店管理与数字化运营（540106）
对应行业（代码）C	住宿业（61）、餐饮业（62）
主要职业类别（代码）D	餐厅服务员（4-03-05-01）、调酒师（04-001）、茶艺师（4-03-03-02）、前厅服务员（4-04-01-01）、客房服务员（04-004）、宾客行李员（04-007）、咖啡师（4-03-02-08）、营销员（4-01-02-01）
主要岗位（群）或技术领域举例E	前厅主管、餐厅主管、客房主管、销售主管
职业类证书举例F	现代酒店服务质量管理职业技能等级证书

注：*表示职业资格证书；☆表示职业技能等级证书。

六、培养目标

培养能够践行社会主义核心价值观，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，热情周到的服务意识，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握酒店服务与数字化管理的专业知识和技能，面向住宿业、餐饮业的前厅主管、餐厅主管、客房主管、销售主管职业群，能够从事酒店数字化运营、酒店融媒体运营、茶艺与茶营销、酒店收益管理、酒店督导管理工作的高素质技术技能人才。

七、培养规格

(一) 素质

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. 接待宾客符合服务礼仪规范，行为举止得体；接待宾客能够从着装、外表、卫生、仪态、气质等方面展现专业形象；积极、主动、热情为宾客提供服务，在服务中保持微笑；

4. 勤于劳动、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一两项运动技能，养成良好的健身和卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够装饰、设计酒店。

(二) 知识

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. 熟悉与本专业相关的法律法规以及酒店前台 PMS 信息技术、环境保护、安全等相关知识，了解相关酒店产业文化，遵守职业道德准则和行为规范；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、英语等文化基础知识；
4. 掌握宾客接待、服务沟通、信息处理的专业基础理论知识；
5. 掌握酒店前厅、客房、餐饮等产品运营专业核心知识；
6. 掌握酒店产品推荐、市场调研、营销策划的市场营销知识；
7. 掌握工作沟通、员工激励、团队管理的员工督导知识；
8. 掌握酒店大堂、接待、预订、礼宾的前厅督导知识，客房清洁、公共区域的客房督导知识，餐厅、宴会的餐饮督导知识；
9. 熟悉在线分销、在线直销、社交媒体传播、客户关系管理知识；
10. 能熟练使用智慧旅游 OTA 平台进行融媒体营销。

(三) 能力 (含对应职业和工作岗位、核心技术技能要求、未来发展方向、专业就业能力、行业拓展能力等)

1. 具有探究学习、终身学习能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；能够使用正确方法，与宾客进行有效沟通；能够使用英语或其他外语为宾客服务；

3. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握酒店管理领域数字化技能；能够正确使用所在岗位各种智慧化、数字化设备设施；

4. 能够按照标准和程序提供客房预订、宾客接待、排房、结账、问询等前厅服务，中餐、西餐等服务，完成客房、公共区域的清洁，家具、设施、养护；

5. 能够根据不同的需求向客人准确介绍和推荐酒店客房、餐饮、康乐等产品和服务；能够处理 OTA 等官网线上订单；

6. 能够使用各种调研工具开展同星级酒店调研，了解竞争对手情况和目标客户进行调研，了解客户需求；

7. 能够策划设计酒店季节性产品或活动和营销方案；能够通过微信、微博等新媒体进行短视频等进行产品和服务销售，传播企业品牌形象；

8. 能主动收集各种信息，能通过分析信息，发现服务中的问题；能够按照规定流程，使用合适的方法，处理宾客投诉，提升宾客满意度。

9. 能够进行有效的员工督导；

10. 能够进行有效的前厅、客房、餐饮运营督导。

八、职业证书

本专业学生通过学习可获得的职业类证书见表2。

表2 酒店管理与数字化运营职业类证书

序号	职业类证书	等级	认证单位
1	现代酒店服务质量管理 职业技能等级证书☆	中级	华住酒店集团有限公司

注：*表示职业资格证书；☆表示职业技能等级证书。

九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

酒店管理与数字化专业职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析见表3。

表3 酒店管理与数字化运营专业职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

就业岗位	典型工作任务	职业能力	职业资格
前厅接待及数字化运营	1. 房间预订与销售 2. 入住登记与结账 3. 收银及日审、夜审 4. 前厅数字化运营	1. 能够根据客人的需求进行房间推销并办理预订手续 2. 掌握入住登记与结账的流程 3. 掌握收银及日审、夜审的工作流程 4. 酒店信息系统操作 5. 沟通能力、酒店收益管理	现代酒店服务质量管理职业技能等级证书
客房协调	1. 客房清扫	1. 掌握客房清扫	

	<ul style="list-style-type: none"> 2. 对客服务、公共区域清洁保养 3. 客房安全与质量控制 	<ul style="list-style-type: none"> 的卫生标准及程序 2. 能有效进行对客服务、掌握酒店公共区域清洁保养的工作程序 3. 具备客房安全管理的意识与质量控制能力 4. 客房营销 	
餐厅服务管理	<ul style="list-style-type: none"> 1. 中西餐摆台 2. 中西餐零点及宴会服务 3. 中西餐厅基础督导管理 4. 餐饮产品在线销售 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 会进行中西餐零点及宴会摆台操作 2. 掌握中西餐零点及宴会服务工作流程 3. 具备中西餐厅基础督导管理能力 4. 宴会设计能力 	
销售协调与融媒体运营	<ul style="list-style-type: none"> 1. 酒店营销调研 2. 酒店客户市场细分 3. 客户拜访与产品推荐 4. 营销活动策划 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 掌握酒店营销调研方法 2. 具备酒店客户市场细分能力 3. 掌握客户拜访与产品推荐的技巧 4. 能够进行酒店数字营销活动策 	

		划 5. 网店运营、网店 装修 6. 直播与营销	
--	--	-----------------------------------	--

十、课程设置及要求

1. 公共基础课程

A1. 思想道德与法治

①课程定位：本课程是高校思想政治理论课系列课程之一，是一门各专业学生公共必修课。主要面向大学生开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育的必修课程，引导大学生提高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。

②学分、学时：3 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过对重要的理论问题做深入探究，提高学生理论素养；帮助同学们树立正确的世界观、人生观、价值观，加强自我修养，引导同学们培育和践行社会主义核心价值观，提高思想道德素质和法治素养。	贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，帮助学生正确认识自己、正确认识他人、正确认识社会，树立正确的人生观、价值观、道德观、法治观，引导学生立大志、明大德、成大才、担大任，努力做担当民族复兴大任的时代新人。	培养学生关切现实意识，加深学生在新时代对个人人生境遇和中国特色社会主义道路的理解与认同，强化学生自主学习和合作学习能力，锻炼学生批判性思维，提升学生解决问题的能力，使其成为社会主义核心价值观的积极践行者。

④主要内容：课程教学内容共分7个专题，每个专题由本章的重难点中涉及的基本知识点构成，以帮助学生掌握本课程的基础知识。主要讲授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，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，提升思想道德素质和法治素养。高等职业学校结合自身特点，注重加强对学生的职业道德教育。

A2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

①课程定位：本课程是高校思想政治理论课程中的一门公共必修课程。着重讲授中国共产党将马克思主义与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的最新理论成果，帮助学生系统掌握毛泽东思想中国特色社会主义理论的基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。

②学分、学时：4 学分，64 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
培养大学生不断增进对中国共产党和中国特色社会主义的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，增强做中国人的志气、骨气、底气，让爱党、爱国、爱社会主义的深厚情感，融于新时代中国特色社会主义伟大实践，统一于全面建设社会主义现代化强国建设，统一于中华民族伟大复兴的历史进程。	系统把握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社会主义理论体系，尤其是深刻把握和理解马克思主义中国化的最新理论成果、当代中国的马克思主义——习近平新时代中国特色社会主义思想。	培养学生理论思考的习惯，提高理论联系实际分析问题、解决问题的能力。引导学生坚定“四个自信”，增强“四个意识”，自觉做到两个维护。

④主要内容：主要讲授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，帮助学生了解马克思主义中国化理论的主要内容、精神实质和重大意义，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，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”，从而为实现伟大民族复兴贡献力量。

A3. 形势与政策

①课程定位:本课程作为一门高校思想政治理论公共必修课,是对大学生进行国内国际形势教育,以及党和国家重要方针政策教育的主渠道、主阵地。在大学生思想政治教育工作中担负着重要使命,具有不可替代的重要作用。

②学分、学时:1 学分,40 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
引导学生运用马克思主义的立场、观点和方法,把握时代脉搏,正确认识世界和中国发展大势,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,勇做担当民族复兴大任的时代新人。	帮助学生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。引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略。	引导学生正确认识中国特色和国际比较,全面客观认识当代中国、看待外部世界。引导学生正确认识时代责任和历史使命,用中国梦激扬青春梦,为学生点亮理想的灯、照亮前行的路,激励学生自觉把个人的理想追求融入国家和民族的事业中,勇做走在时代前列的奋进者、开拓者。

④主要内容:本课程主要讲授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,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。

A4. 体育与健康

①课程定位:本课程贯彻“立德树人、健康第一”的指导思想,是以“健康知识+基本运动技能+专项运动技能”为主要教学模式,融入体育文化,结合职业实用性特点,培养身心健康的高素质职业技能人才为主要目标的公共必修课程。

②学分、学时:6 学分、108 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生的爱国情怀、社会责任感和良好的个人品质； 2. 培养学生不畏困难、不怕吃苦、不惧失败的意志品质； 3. 全面贯彻“健康第一”的指导思想，实现“三维”的体育目标，即增强体质、改善心理、健全人格。	1. 使学生掌握运动项目基本知识、技术和技能； 2. 培养学生的体育健身观念，使学生能够根据自身体质健康状况编制可行的个人锻炼计划。 3. 使学生掌握体育康复保健相关理论知识。	1. 全面发展学生速度、力量、耐力、柔韧、灵敏、协调、平衡等身体素质，增强学生体质； 2. 培养学生终身体育意识和锻炼身体的手段和方法； 3. 学生能运用所学知识、技能，独立地进行锻炼、比赛，增强体质。

④主要内容：

《体育与健康》课程通过普修课、体育选项课等方式开展，主要开设项目如下：田径、足球、篮球、排球、气排球、乒乓球、羽毛球、网球、健美操、形体训练、瑜伽、武术套路、团队合作及八段锦等。各项目根据各专业人才培养方案及教学计划进行教学内容安排。教学内容融理论知识、运动技能、体育康复保健等于一体，通过知识技能传授、课程思政融入使学生在“知识、能力、行为、健康”诸方面得到全面提升，达到培养高素质人才的目的。

A5. 大学生心理健康教育

①课程定位：大学生心理健康教育课程是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程。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，掌握并应用心理健康知识，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。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自	通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关	通过本课程的教学，使学生掌握自我探索技

主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。	理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识	能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等
--	--	---

④主要内容：大学生心理健康导论、大学生心理咨询、大学生心理困惑及异常心理、心理健康、大学生的自我意识与培养、大学生人格发展与心理健康的基础知识、大学期间生涯规划及能力发展、大学生学习心理、大学生情绪管理、大学生人际交往、大学生性心理及恋爱心理、大学生压力管理与挫折应对、大学生生命教育与心理危机应对等内容。

A6. 军事理论

①课程定位：军事课是普通高等学校学生的公共必修课。以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人和强军目标，提升学生国防意识和军事素养，为军民融合发展和建设国防后备力量服务。

②学分、学时：2 学分、 36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过教学使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念；培养	1. 了解我国的国防历史和现代国防建设的现状，增强依法建设国防的观念； 2. 了解世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识； 3. 掌握外国代表军事思想，熟	1. 能进行公民国防权利和义务、国防政策、国防教育的宣传。 2. 能进行战略环境、发展趋势、国家安全政策的宣传。 3. 能进行军事思想形成与

<p>高素质的社会主义事业的建设者和保卫者,为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官,打下坚实基础。</p>	<p>悉我国军事思想,理解习近平强军思想;</p> <p>4.了解战争的内涵、特点、发展和演变。</p> <p>5.了解信息化装备的内涵、分类、发展及对作战的影响。</p>	<p>发展、体系与内容、历史地位和现实意义的宣传。</p> <p>4.能理解新军事革命对现代作战的影响;能进行信息化战争与国防建设的宣传。</p>
--	--	---

④主要内容：中国国防

学习项目：中国国防概述、法规、建设、武装力量、动员，国家安全形势、国际战略形势、中国古代军事思想 当代中国军事思想、新军事革命、信息化战争、信息化作战平台等项目。

A7. 职业规划与就业指导

①课程定位：本课程是面向全校学生开设的公共必修课，具有较强的针对性和实践性，采取角色扮演、模拟面试、简历写作等各种实践教学方法，使学生在实践中提高认知能力和就业能力，促进大学生理性规划自身发展，培养大学生职业生涯发展的自主意识。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 深刻认识职业精神和职业规范，培养遵纪守法、爱岗敬业、开拓创新的职业品格；</p> <p>2. 明确生涯规划意识、职业意识和创业意识，树立正确的人生观、价值观、道德观、就业观和行为规范；</p> <p>3. 坚定学生理想信念，具</p>	<p>1. 掌握职业生涯规划的基础知识与职业发展的阶段特点；</p> <p>2. 学会运用人力资源市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识；</p> <p>3. 了解就业形势与政策法规；掌握撰写简历的方法和要点。</p>	<p>1. 掌握依据社会发展、职业需求和个人特点进行职业生涯设计；</p> <p>2. 培养大学生职业探索、生涯决策、自我管理、自主创业等能力。提高大学生职业素养和求职技能；在亲身参与中增强创新精神、创造意识和创业能力。</p>

<p>备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神；</p> <p>4. 具有合作精神和协调管理能力，具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质。</p>	<p>4. 掌握今后职业发展中应掌握的专业知识、拓展知识、个人素质和修养。</p>	<p>3. 提高学生的沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能。</p>
---	---	---

④主要内容：认识职业生涯规划、职业生涯与探索自我、职业适应与职业发展、毕业前的知识及能力准备、就业自荐材料的编写、求职面试技巧、就业应具备的法律知识等内容。

A8. 大学生创新创业训练教程

①课程定位：本课程是创新创业教育的核心课程之一，是创新创业教育理念、教育原则转化为具体的创新创业实践的中介，是培养学生核心素养的关键性课程之一，贯穿于人才培养全过程，也是大学创新创业型人才培养目标得以实现的桥梁。

②学分、学时：2 学分，36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 养成勤于思考的良好习惯；</p> <p>2. 培养善于观察和分析解决问题的能力；</p> <p>3. 提高思维能力，提升思考的深度与广度；</p> <p>4. 具备协作、持之以恒、应变等创新精神；</p> <p>5. 培养学生积极进取的意识和精神；</p>	<p>1. 熟悉创新创业政策；</p> <p>2. 了解创新创业理论的发展与实践；</p> <p>3. 掌握典型的创新思维方法；</p> <p>4. 了解创新训练方法及工具；</p> <p>5. 熟悉创业常见模式；</p> <p>6. 掌握创业计划书的基本框架及撰写要求。</p>	<p>1. 能进行创新创业能力的自我分析；</p> <p>2. 能应用创新技法分析问题；</p> <p>3. 具备知识检索和查新能力；</p> <p>4. 具备创新创业典型案例的分析能力；</p> <p>5. 具备适应产业升级、专业更新的能力；</p>

6. 培养学生为社会主义国家经济建设服务的观念和树立高尚正确的职业理想。		6. 具备解决问题、抓住机会、规避风险等的能力。
--------------------------------------	--	--------------------------

④主要内容：创新思维的认识、创新技法与应用训练、认识创业、创业素养的提升、创业机会的识别、全面认识“互联网+”、如何设计商业模式及整合资源、设立你的企业。

A9. 创新创业实践实战课

①课程定位：本课程是一门融理论性、实践性、创造性于一体的创新创业公共必修课，是通识类课程的发展和延伸，融入学生的全面素质教育中，基于“四力融合型、理论与实践相结合、线上线下相结合”的创新创业教育课程体系构建下，培育学生的就业竞争力。

②学分、学时：1 学分、18 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 端正学生的价值观，找到创业与自我人生价值实现的关系，激发学生创业激情； 2. 了解创业者，与管理者有什么区别，学会寻找创业伙伴、组建团队的方法，增强团队合作意识； 3. 能运用所学知识解决实际问题；具有决策、规划能力，具备整体与创新思维； 4. 能灵活处理工作出现的各种特殊情况，增强应变能力； 5. 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神。	1. 熟悉掌握创新思维提升的基本方法，运用创新方法解决问题； 2. 进行创业机会、创业资源的甄别和分析，熟悉相关创业支持政策，培养创业能力； 3. 掌握商业模式的设计，在训练过程中体验到创业项目准备的完整过程； 4. 在老师的指导下完成双创项目的构建，掌握商业计划书的撰写技巧，并会制作路演 PPT； 5. 熟悉各类双创赛事竞赛规则，能够主动积极参与，并能模拟微型路演。	1. 感知和认知创业基础知识与基本理论，激发创业意识与创新思维； 2. 能够掌握创业基本流程、方法与工具，全面提升创业能力； 3. 树立科学的创新创业观，主动适应国家经济社会发展需求和人才的全面发展需求，提高学生的社会责任感和创业精神； 4. 培养“企业家精神”，即使不创业，企业界创新创业精神也会引导其在就业工作岗位上拥有自身优势和核心竞争力，实现高质量就业。

④主要内容：该课程内容包括开发创新思维、认识双创大赛、双创项目挖掘、编写项目计划书、制作路演 PPT，引导学生将个人创意转变为创业项目，以参加各类双创大赛的成绩作为学习成果，让学生了解创业活动过程的内在规律，了解

创业过程经常遇到的问题和初创企业的特点。

A10. 高等数学

①课程定位：《高等数学》是理工科各专业的一门公共限定选修课程，为学生学习相关专业课程提供必需的数学概念、理论、方法和运算技能。培养学生用数学知识去分析问题和解决问题的能力，提高学生的数学素养和创新思维。

②学分、学时： 5 学分、90 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立辩证唯物主义世界观； 2. 培养学生良好的学习习惯、坚强的意志品格、严谨的思维、求实的作风； 3. 培养学生勇于探索、知难而上的科学探究精神和良好的团队合作精神，激发学生科技报国的家国情怀和使命担当。	1. 理解函数、极限、连续的概念，掌握极限的运算方法； 2. 理解一元函数微积分的概念，掌握用微分知识和积分知识解决实际问题的方法； 3. 掌握用微分方程、无穷级数、空间解析几何、矩阵与行列式以及概率统计的相关知识解决实际问题的方法； 4. 了解数学软件的知识。	1. 会分析事物的数量方面及其变化规律的能力； 2. 会用数学建模的思想方法解决实际问题的能力； 3. 会用数学软件处理数据的能力。

④主要内容：

1. 基础模块：主要包括一元函数微积分的内容。重点掌握极限的思想方法，极限的运算；导数和微分的概念，导数的几何、物理意义及其应用，微分运算；函数极值的求法，最值的简单应用；不定积分(定积分)概念；微元法，定积分的应用；数学实验 matlab 的使用。

2. 提高模块：根据各专业的培养目标从以下内容中重点选讲。常微分方程；无穷级数；多元函数微积分；向量代数与空间解析几何；矩阵及其应用；概率与数理统计。

A11. 经济应用数学

①课程定位：《经济数学》是财经商贸类专业的一门公共限定选修课程，为学生学习相关专业课程提供必需的数学概念、理论、方法和运算技能。培养学生

用数学知识去分析问题和解决问题的能力，提高学生的数学素养和创新思维。

②学分、学时： 4 学分、72 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立辩证唯物主义世界观； 2. 培养学生良好的学习习惯、坚强的意志品格、严谨的思维、求实的作风和良好的团队合作精神； 3. 引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。	1. 理解函数、极限、连续的概念，掌握极限的运算方法； 2. 理解一元函数微积分的概念，掌握用微分知识和积分知识解决实际问题的方法； 3. 掌握用矩阵与行列式以及概率统计的相关知识解决实际问题的方法； 4. 了解数学软件的知识。	1. 会分析事物的数量方面及其变化规律的能力； 2. 会用数学建模的思想方法解决实际问题的能力； 3. 会用数学软件处理数据的能力。

④主要内容：

1. 基础模块：主要包括一元函数微积分的内容。重点掌握极限的思想方法，极限的运算；导数和微分的概念，导数的几何、物理意义及其应用，微分运算；函数极值的求法，最值的简单应用；不定积分(定积分)概念；微元法，定积分的应用；数学实验 matlab 的使用。

2. 提高模块：根据各专业的培养目标从以下内容中重点选讲。矩阵及其应用；概率与数理统计。

A12. 大学英语

①课程定位：大学英语课程是高等职业教育中一门公共限定选修课程，兼具工具性与人文性。大学英语课程旨在培养学生学习和应用英语的能力，落实立德树人根本任务，为学生未来继续学习和终身发展奠定良好的英语基础。

②学分、学时： 6 学分、108 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，进一步促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。	掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能。	能够运用英语语言知识和技能比较准确地理解和表达信息、观点、情感，进行有效口头沟通和书面沟通。 能够识别、理解、尊重世界多元文化，能够有效进行跨文化交际，用英语传播中华文化。 能够辨别中英两种语言思维方式的异同，提升自身思维的逻辑性、思辨性与创新性。 能够有效进行英语自主学习，形成终身学习的意识和能力。

④主要内容

两大教学模块：基础英语和行业英语。第一学期为基础英语，内容涵盖主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、语言学习策略等方面，旨在巩固学生英语语言基础，提高学生的英语应用能力。第二学期为行业英语，依据不同专业内容，为进入不同工作岗位的学生开设水利英语、建工英语、机电英语等行业英语课程，旨在培养学生在在工作过程中的英语交际能力，进一步促进学生英语学科核心素养的发展。

A13. 大学语文

①课程定位：《大学语文》是一门兼具工具性、审美性、人文性的重要公共限定选修课程，旨在通过对中国优秀文学作品、部分西方经典名篇的鉴赏分析，提高审美鉴赏能力，理解中华民族的民族精神和审美趣味，提升自身文化修养，增强文化自信。

②学分、学时： 4 学分、 72 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标

<p>通过对中国文学经典的教学，弘扬传统文化中优秀的道德观念、人生价值取向以及人文主义精神，引导学生对人生价值和意义进行思考，启发学生寻找中华民族的精神家园，从而提升其道德情操、审美情趣，帮助他们树立文化自信，增强民族自豪感与爱国热情。</p>	<p>精选古往今来能够反映中华民族精神和中华民族优秀传统文化的经典篇章，促使学生了解中华优秀传统文化、中国文学发展脉络、文学作品鉴赏的基本方法，学习汉字之美，语言之雅，文学之盛，文化之大。</p>	<p>通过对优秀文学作品的学习，把对母语的认知及母语运用能力的培养融入到对经典的赏读中去，从而陶冶学生的精神情操，提高其文化素养，提升语言表达的能力、鉴赏文学作品的的能力。</p>
--	--	--

④主要内容：

《大学语文》教材设五个单元，包括诗歌、散文、小说、影视戏剧文学、写作等内容，包括古往今来能够反映中华民族精神和中华民族优秀传统文化的经典篇章：以国学经典为主要内容，兼收现当代文学作品中的优秀篇章；以中国优秀的经典为主，兼收一定数量的西方经典名篇。在学习过程中，以朝代为线索、文体为脉络，以“篇目+专题”的形式，分析作品中的文化内涵、审美意趣、家国情怀，有机融合文学与文化，发挥大学语文的育人价值。

A14. 信息技术与人工智能

①课程定位：本课程是一门各专业学生公共限定选修课程。学生通过学习本课程，能够增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。

②学分、学时： 2 学分、 36 学时。

③教学目标：

<p>素质目标</p>	<p>知识目标</p>	<p>能力目标</p>
-------------	-------------	-------------

<p>具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神；具有管理协调能力，具备优良的职业道德修养，能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质；具备正确价值观、必备品格和关键能力；具备信息意识、计算思维、数字化创新与发展、信息社会责任等基本素质。</p>	<p>掌握计算机基础知识和常用办公软件应用；了解新一代信息技术的发展状况与研究内容；了解信息安全相关知识；掌握信息检索基础知识、搜索引擎使用技巧、专用平台信息检索等内容；熟悉新一代信息技术的基本内容和在水利、建筑、装备制造等行业的典型应用。</p>	<p>具备应用计算机常用办公软件处理学习、工作、生活中问题的能力；具备对信息的价值及其可能的影响进行判断的能力；具备使用信息技术工具，结合所学专业知，运用计算思维形成生产、生活情境中的融合应用解决方案的能力；能创造性地运用数字化资源和工具解决实际问题；能清晰描述信息技术在本专业领域的典型应用案例；具备信息安全和相关防护能力。</p>
---	--	---

④主要内容：

基础模块：计算机基本知识，常用 Windows 操作系统 win10（或 win7）的安装和应用技巧；常用办公软件 Office（或 WPS）组件 word、excel、PowerPoint 等使用方法，掌握文档、电子表格和幻灯片等办公处理能力；信息检索基础知识、搜索引擎使用技巧、专用平台信息检索等内容；信息安全意识、信息安全技术、信息安全应用、信息素养与社会责任等内容。

拓展模块：新一代信息技术的基本概念、技术特点、典型应用、技术融合等内容；大数据、人工智能、云计算、物联网等新技术在水利、装备制造、建筑、交通灯行业的典型应用等。

A15. 安全教育

①课程定位：安全教育课程是普通高等学校学生的公共限定选修课程。课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以人为本，落实立德树人根本任务，把安全教育贯穿于学校教育的各个环节，使广大学生牢固树立“珍爱生命，安全第一，遵纪守法，和谐共处”的意识，具备自救自护的素养和能力。了解相关的法律法规常识，养成在日常生活和突发安全事件中正确应付的习惯。把

握学生认知特点，注重实践性、实用性和实效性。

②学分、学时：1 学分，16 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过课程的学习，使学生养成安全意识，强化责任意识和防范意识，能够维护学校教育教学和社会公共秩序，保护自身和学校的合法权益，坚守安全底线，不碰安全红线。	通过本课程的学习，使学生了解有关的安全法律法规，知法懂法守法，掌握基本的安全知识和防护应变常识。	通过课程的学习，使学生养成良好的安全习惯，树立总体国家安全观，提高学生面临突发安全事件自救自护的应变处置能力。

④主要内容：预防和应对社会安全、公共卫生、意外伤害、网络、信息安全、自然灾害事故或事件，以及影响学生安全的其他事件。

A16. 大学美育

①课程定位：本课程是高等职业院校的公共限定选修课。课程具有实践性，应用性强的特点，培养学生的审美意识、审美观点，了解必要的美术技法和音乐鉴赏能力，提高学生的审美能力和艺术素养，塑造审美的人生境界，培养和谐完美的人格，对学生就业岗位等职业能力培养起到一定支撑作用。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有良好的职业道德； 2. 具有科学严谨的工作作风、环境保护意识； 3. 具有勤奋学习、吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神； 4. 具有较强的身体素质和	1. 理解并掌握中外美术鉴赏、音乐鉴赏基本理论知识； 2. 了解具象艺术、意象艺术和抽象艺术的理论知识。	1. 具有对形式美的敏锐觉察能力、感受能力、认知能力和创造能力； 2. 能够用美术点、线面、色、体去观察创造形象。

良好的心理素质。		
5. 塑造审美的人生境界， 培养和谐完美的人格。		

④主要内容：课程内容主要包括了解美术、音乐鉴赏的性质和特点，了解艺术的主要语言形式及作用。了解中国原始美术概况，能够结合美术造型、装饰、政治、宗教等因素对中国美术进行多元化的分析与鉴赏，能够用描述、评价、鉴赏美术音乐作品，体验并评述世界文明古国、东西方美术音乐名作等，完善审美心理结构，促进身心健康，从而造就一代丰富个性、人格完美的社会主义新人。

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。包括以下主要教学内容：

(1) 专业基础课程。

专业基础课程设置 8 门。包括：商学基础、互联网应用技术、茶艺与茶营销法律实务、公共关系与商务礼仪、市场营销、会计基础和分岗平台课程 1。

B1 商学基础

①课程定位：本课程为专业基础课程。通过本课程使学生了解商业活动中各种现象和规律，能运用经济管理思想分析解决问题，树立正确价值观，激发学生社会责任感，培养学生诚实守信、爱岗敬业职业道德，具有环保、成本、创新意识。

②学分、学时：3.5 学分，60 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生守法、诚信商业道德与社会责任意识；	1. 掌握经济学的基本概念； 3. 掌握宏观货币与财政政	1. 能够运用经济学原理和方法分析经济学现象； 2. 能够分析国家宏观货

<p>2. 培养环保意识、成本意识、创新意识；</p> <p>3. 培养爱岗敬业、团队协作能力；</p> <p>4. 具有不断学习新知识、接受新事物的进取精神；</p> <p>5. 具有组织和团队协作能力。</p>	<p>策运用；</p> <p>4. 掌握商业道德和企业社会职业责任内容；</p> <p>5 掌握现代管理思想；</p> <p>6. 掌握员工激励的基本理论与方法；</p> <p>7. 理解数字化、新媒体营销基本知识。</p>	<p>币政策与财政政策的使用；</p> <p>3. 能够分析国外、中国商务环境，并提供相应的建议或对策；</p> <p>4. 能够列举并分析数字化、新媒体营销成功案例；</p> <p>5. 能够运用现代管理思维分析问题。</p>
---	--	--

④主要内容：理解经济学含义、经济类型与指标；掌握全球、中国商务环境分析；理解企业所有制形式与基本活动；掌握商业规划含义、类别及功能等知识；掌握员工激励的基本理论与方法；理解数字化、新媒体营销基本知识。

⑤课程内单列的实训项目：分析经济学现象；编制商业规划；为企业制作招聘或高素质员工培养方案；分析数字化、新媒体营销成功案例。

B2 互联网应用技术

①课程定位：本课程为专业基础课程。该课程以“互联网”为主线，学习互联网、物联网、云计算、大数据等技术，旨在培养学生的互联网思维与新技术应用能力、“互联网”改善民生服务意识、诚信、创新、爱岗敬业的职业道德及团队精神。

②学分、学时：2 学分，36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
------	------	------

<ol style="list-style-type: none"> 1. 培养学生的互联网思维； 2. 培养学生互联网+改善民生服务意识； 3. 培养学生诚信、创新、爱岗敬业的职业道德； 4. 培养学生理解数字中国的国家战略； 5. 培养学生的文化自信； 6. 培养与人沟通合作的职业能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握互联网的内涵； 2. 掌握基本的互联网思维方法和路径； 3. 了解我国互联网发展的政策环境； 4. 掌握支撑互联网发展的核心技术； 5. 掌握“互联网”协同制造的概念与应用； 6. 掌握“互联网”现代农业、便捷交通、智能医疗、绿色生态、金融的概念及应用； 7. 掌握“互联网”电子商务与现代物流的概念及商业模式。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够具备跨界融合、创新创业的互联网思维； 2. 能够分析互联网； 3. 能结分析互联网在行业的应用及商业模式； 4. 能应用互联网思维提升企业运营及管理效率。
--	---	---

④主要内容：互联网的内涵、互联网思维、我国发展“互联网”的政策环境、支撑“互联网”发展的计算机及软件技术、大数据技术、人工智能技术、云计算技术、“互联网”协同制造、“互联网”现代农业、“互联网”便捷交通、“互联网”智能医疗、“互联网”绿色生态、“互联网”电子商务与现代物流、“互联网”普惠金融。

⑤课程内单列的实训项目：大数据技术应用、人工智能技术应用、云计算智能应用、互联网电子商务与现代物流、互联网金融。

B3 茶艺与茶营销

①课程定位：该课程是数字商务群课程体系中是公共必修课。本课程主要是培养学生了解茶基础知识与文化内涵，具备品饮茶冲泡技巧，掌握茶艺编排、展示等能力，将茶文化与茶产业有机融合，培养学生运用专业知识助力乡村振兴爱国、爱家的高尚情怀。

②学分、学时：3.5 学分，60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生茶艺规范，形成一定的茶艺文化素养和行为习惯； 2. 创新茶艺服务流程，培养吃苦耐劳的敬业精神和团队合作精神； 3. 弘扬中国茶文化，将茶文化与茶产业有机融合，培养学生运用专业知识助力乡村振兴爱国、爱家的高尚情怀。	1. 了解中国茶的起源和发展、茶的分类、茶区分布、各地名茶及其品质特征、古今著名茶人等知识； 2. 了解茶的功效成分及其健康保健功能； 3. 识别茶具质量、配置等，了解有关泡茶选水择器的标准。	1. 具备识别不同茶叶的能力，并能判定品级； 2. 掌握各类茶的日常与艺术冲泡基本技巧； 3. 学会识别茶具质量，懂得茶具配置、茶席设计、茶空间布置； 4. 掌握茶事服务的环节、技巧、服务心理、销售等，掌握茶艺表演编排技巧。

④主要内容：本课程主要讲授茶艺师职业道德、茶学基础、茶文化形成与发展、茶健康与保健、各类茶的冲泡技巧、各朝代茶艺及现代茶调饮、岗位茶事服务标准、生活待客型茶艺、茶营销等内容，使学生熟悉中国茶艺文化的历史和精髓，树立对中国传统文化的自信心和自豪感，以茶道精神激励和塑造吃苦耐劳和无私奉献的职业精神，树立正确的人生观、价值观和世界观。使学生具备茶艺服务的能力，将自身所学回报社会、服务社会。

⑤课程内单列的实训项目：各类茶的冲泡技巧、各朝代茶艺及现代茶调饮、茶艺创编表演、各类茶的生活待客型茶艺、茶席的设计、茶营销与茶馆的经营。

B4 法律实务

①课程定位：该课程在数字商务专业群课程体系中是专业基础课程。该课程主要内容物流法律法规，以合同法为主线，培养学生“重承诺、守信用、不欺不诈”的高尚品德，引导学生树立“君子爱财取之有道”的义利观。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的义利观和诚实守信的生活品格； 2. 增强学生的社会主义市场经济的法制观念，做到知法、守法，物流活动中依法办事； 3. 培养学生的法律意识； 4. 让学生学会法的思维思考和管理自己。	1. 了解民法典中物流合同法的主要内容； 2. 掌握物流主体法基本法律规定； 3. 了解物流法的基本法律原理，掌握物流法律法规中常用基本法律； 4. 结合所学专业，掌握与本专业相关的法律基本知识。	1. 初步具有运用自己掌握的法律知识观察、分析、处理有关物流问题的能力； 2. 能够知道运用各种法律途径解决物流企业实际问题，维护物流企业的权益； 3. 培养学生良好的法律素养和较强的开拓创新能力。

④主要内容：《法律实务》包括物流法律法规概论、合同法、仓储合同保管合同、运输合同、配送合同、承揽合同、装卸搬运合同、保险合同等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：案例分析、民法典解读。

B5 公共关系与商务礼仪

①课程定位：该课是数字商务群课程体系中是公共必修课。培养学生在全方面了解现代商务礼仪的基本概念、特征、原则的基础上，掌握商务人员形象礼仪、商务人员日常交际礼仪、商务人员常用公务礼仪及商务活动中相关的礼仪技巧。

②学分、学时： 2 学分，36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
------	------	------

<p>1. 引导学生传承中华传统美德、弘扬社会主义核心价值观的时代要求，坚定文化自信，构建和谐的新型社会关系；</p> <p>2. 提升自身礼仪素养、职业素养，培养较高的职业道德与敬业精神，并在各项社会活动中做到知行统一。</p>	<p>1. 掌握商务礼仪原则与重要性；掌握商务人员的仪容、仪表、仪态等形象礼仪规范；</p> <p>2. 掌握商务会面礼仪规范，如见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪、位次礼仪、签约礼仪、谈判礼仪、会议礼仪等知识；</p> <p>3. 掌握涉外商务礼仪规范，树立大国形象。</p>	<p>1. 能够打造良好的商务人员形象，正确地运用体态及表情传达对他人的礼貌和尊敬；</p> <p>2. 能按照商务礼仪标准组织、策划各类商务活动；</p> <p>3. 能够灵活的运用各种商务谈判技巧，熟练运用涉外商务礼仪规范，促成合作共赢、互惠互利的国际商务合作。</p>
---	---	---

④主要内容：本课程主要讲授商务礼仪原则；商务个人形象礼仪；商务社交礼仪；商务接待与拜访礼仪；商务会议礼仪；商务谈判礼仪；商务仪式礼仪；商务旅行礼仪；涉外商务礼仪等内容，不仅要让学生了解个体在社会交往中举止、谈吐、着装、仪容等方面的规范，更要培养学生真诚尊重、公平对待、宽容大度、遵时守约的修养，掌握得体的待人接物、处理个人与他人关系的技能，养成维护社会公德、职业道德和家庭美德的自律。

⑤课程内单列的实训项目：商务人员仪容礼仪；商务人员仪表礼仪；商务人员仪态礼仪；商务日常会面礼仪；商务通讯礼仪；商务拜访与接待；会务礼仪；商务仪式礼仪；商务宴会礼仪。

B6 市场营销

①课程定位：该课程在数字商务专业群课程体系中是专业基础课程。数字化时代连接共生的特点，进一步加深了以顾客需求为核心的营销理念，供需共生，卖方和买方共生，营销手段层出不穷，但是洞察消费者需求始终如一。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养洞察需求的敏锐； 2. 培养以客户需求为本的意识； 3. 培养用营销思维看问题的意识； 4. 培养协同共生的营销理念，站在客户的角度去思考问题。	1. 认识市场营销环境，掌握市场营销环境分析的基本策略； 2. 理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法； 3. 掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略； 4. 掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容。	1. 学会用调研方法分析市场的能力； 2. 学会用定位体系，去进行品牌推广； 3. 学会用营销 4P 策略，做出营销策划； 4. 学会用所学营销策略，提升成交的能力。

④主要内容：市场营销的内涵、市场调研、市场细分方法、目标市场选择影响因素、市场定位方法、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、市场营销新发展。

⑤课程内单列的实训项目：市场调研方法选择、市场调查问卷制定、为产品制定 STP 战略；为企业策划营销活动。

B7 会计基础

①课程定位：本课程为专业基础课程，与物流成本管理、商务数据分析等专业核心课程有密切的关系。通过学习，使学生掌握会计的基本理论和基本方法，能够阅读和分析基本的财务报表，能参与基本的财务管理活动。

②学分、学时： 2.5 学分， 48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标

1. 具备吃苦耐劳、精益求精的工匠精神； 2. 具备遵纪守法、诚信服务、德法兼修的职业素养； 3. 具备关心国家发展和民生建设，勇于承担社会责任的担当和人文情怀； 4. 具备创新思维能力； 5. 具有合作精神； 6. 具有较强的质量意识。	1. 掌握会计基本理论、基本方法； 2. 掌握会计处理的基本要求； 3. 掌握财务管理的基本观念和基本方法； 4. 了解专业 and 行业的国家战略、法律法规和相关政策。	1. 能够对企业的基本业务进行会计处理的能力 2. 能够初步进行财务管理的能力； 3. 能利用现代信息技术查找所需会计信息并进行基本判断和分析的能力； 4. 能够关注并解决国家发展和民生建设中的现实问题的能力。
--	--	--

④主要内容：会计的定义，会计的产生和发展历史，会计的基本职能，会计的目标，会计基本假设、会计核算基础和会计信息质量要求，会计要素及会计恒等式，设置会计科目和账户，借贷记账法，制造业企业业务的核算，会计凭证，会计账簿，账务处理程序，财产清查，财务报表；创业者实现企业财务目标的策略，创业资金从何而来？筹集资金成本与筹资风险，创业者必备的财务分析方法。

⑤课程内单列的实训项目：

实训项目	实训项目名称
1	实训项目一、借贷记账法的运用
2	实训项目二、主要经济业务的核算
3	实训项目三、会计凭证的填制
4	实训项目四、会计账簿的登记
5	实训项目五、会计报表的编制
6	实训项目六、决策方案的选择

B8 分岗平台课程

(1) 数字营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。该课程通过对

大数据、人工智能、VR、AR 等新技术的广泛应用分析。让学生能够面对技术创新，应用最新的营销模式，面对新的营销环境，保持在数字时代获得持续的营销竞争力，把学生培养成为专业的数字营销人才。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格；</p> <p>增强学生数字营销素质，解决实际问题的素质；</p> <p>2. 培养学生的团队协作能力。</p>	<p>1. 掌握各种网络营销工具，包括搜索引擎、第三方网络平台、微博、微信及公众平台、博客、网络视频剪辑软件、网络监控及统计软件等；</p> <p>2. 了解各种网络营销方法、手段、流程；</p> <p>3. 掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。</p>	<p>1. 具有利用网络推广方式，提升品牌网络曝光度、知名度和美誉度，并对推广效果进行分析和总结的能力；</p> <p>2. 具有对网络文化、网络特性、网民心理具有深刻洞察和敏锐感知的能力；</p> <p>3. 具有优秀的文案写作能力，能撰写各种不同的方案、文案。</p>

④主要内容：数字营销概述、社会化媒体营销、移动营销、微电影营销、虚拟游戏营销、搜索引擎营销、电子商务营销 等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：社会化媒体营销实训、移动营销实训、微电影营销实训、虚拟游戏营销实训、搜索引擎营销实训、电子商务营销实训。

(2) 数字化渠道运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。也是该专业实战操作技能类课程。通过理实一体化课程，使学生了解营销的方法。对于将来从事商务设计与管理或者营销方面的从业者而言，掌握渠道管理知识尤为重要。

②学分、学时： 3 学分、54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系； 2. 健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础； 3. 培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。	1. 培养学生掌握渠道开发与设计的方法与技巧，识别与评估渠道关系的方法与技巧，化解渠道冲突的技巧； 2. 学会如何激励渠道成员的方法，学会如何在终端渠道铺货、理货以及如何建立一支高效的终端销售队伍的方法与技巧等。	1. 掌握营销渠道管理相关理论知识，熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业多岗位或者在商业企业从事商场管理、连锁经营管理等岗位的岗位专业能力要求； 2. 能够承担商品渠道开发渠道管理与维护、渠道终端管理与维护等工作任务。

④主要内容：《数字化渠道运营》包括数字化渠道运营概论、渠道成员与模式、渠道战略、设计渠道结构、选择渠道成员、激励与控制渠道成员、评估渠道绩效、渠道整合、销售代理与经销、连锁与特许经营、网络分销等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：设计渠道结构、选择渠道成员、评估渠道绩效、网络分销。

(3) 第三方物流

①课程定位：本课程为专业核心课程。通过学习本课程，使学生掌握第三方物流经营管理的基本知识，增强学生的职业自豪感和责任感；培养学生爱岗敬业、诚信服务的职业道德以及团队合作，吃苦耐劳的职业素养。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 增强学生的职业自豪感和	1. 掌握第三方物流的发展史、分类等基础知识；	1. 能进行第三方物流服务项目的洽谈；

<p>社会责任感；</p> <p>2. 培养学生爱岗敬业、诚信服务的职业道德；</p> <p>3. 培养学生团队合作，吃苦耐劳的职业素养。</p>	<p>2. 掌握第三方物流服务项目洽谈、招投标、供应商的选择与评估方法；</p> <p>3. 掌握第三方物流业务运作模式以及基本流程；</p> <p>4. 掌握第三方物流信息技术的应用；</p> <p>5. 了解互联网、云计算、大数据等前沿技术引领下的网络货运、云仓等第三方物流经营新业态。</p>	<p>2. 能订立、履行第三方物流合同及解决第三方物流服务合同纠纷；</p> <p>3. 能独立为客户提供运输、仓储等基本的第三方物流服务。</p> <p>4. 能独立为客户提供物流金融、规划设计等第三方物流增值服务；</p> <p>5. 能分析企业实际开展第三方物流的发展策略。</p>
---	---	--

④主要内容：第三方物流基本知识、第三方物流市场、第三方物流项目招投标、第三方物流系统、第三方物流业务管理、第三方物流合同管理、第三方物流信息系统、第三方物流与电子商务以及云计算、大数据等前沿技术引领下的网络货运、云仓等第三方物流经营新业态等。

⑤课程内单列的实训项目：第三方物流企业调研、第三方物流客户服务模拟操作、第三方物流市场营销案例分析、第三方物流管理信息系统操作、第三方物流业务合同拟定、谈判与签订。

(4) 数字化客户管理

①课程定位：该课程是数字商务专业群的专业技术基础课程，通过客户管理系统、客户增长管理、客户数据化运营的学习，使学生具备识别、选择、转化、发展和维系客户关系的专业知识，培养学生服务意识、沟通交流能力，树立学生良好的职业道德观念、积极进取和自我调节的良好心态。

②学分、学时：3.5 学分、60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
------	------	------

1. 培养学生诚实、真诚等职业精神； 2. 树立学生的形象意识、服务意识； 3. 树立学生的沟通交流、团队合作的意识。	1. 掌握数字化客户管理的基础知识； 2. 掌握数字化客户管理系统的的使用； 3. 掌握数据驱动的客户管理流程与方法； 4. 掌握客户运营数据分析。	1. 掌握数字化客户管理的基础、细分客户的画像； 2. 掌握客户画像数据收集的原则和渠道； 3. 了解典型的数字化用户转化模式； 4. 学会秒回客户的体验旅程； 5. 能够建立客户的指标。
---	---	--

④主要内容：数字化客户管理概述；数字化客户管理系统；客户增长管理；数据驱动的客户运营场景；客户管理运营数据分析。

⑤课程内单列的实训项目：数字化客户管理系统实训；数据驱动的客户关系管理流程和方法实训；数据驱动的客户运营场景模拟实训；客户管理运营数据分析实训。

(2) 专业核心课程。

专业核心课程设置 8 门。包括：酒店数字化运营、酒店实务、酒店督导管理、酒店收益管理、酒店连锁经营管理、融媒体运营、分岗平台课程 2 和分岗平台课程 3。

C1 酒店数字化运营

①课程定位：该课程是专业核心课程，通过学习基于数字化运营的酒店营销、数字营销平台建设等知识，使学生具备在线定价管理、数字平台营销策划与系统设置的能力，引导学生树立整体意识、服务意识和创新意识，养成数据化思维。

②学分、学时：3.5 学分、60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具备系统性思维、数据化思维、设计性思维、逻辑性思维；	1. 掌握良好的线上沟通和礼仪基础知识； 2. 掌握酒店行业客房、	1. 具有良好在线表达、沟通和文案编辑能力；

<p>2. 具备数字化营销和运营的创新精神和实践能力；</p> <p>3. 具备优良的职业道德修养，能遵守职业道德规范；具备整体与创新思维能力。</p>	<p>餐饮、康乐、购物等产品的在线运营知识；</p> <p>3. 掌握酒店行业细分市场及其客户的在线运营知识；</p> <p>4. 熟悉在线分销、在线直销、社交媒体传播、客户关系管理知识；</p> <p>5. 了解酒店信息化技术，熟悉酒店数字化工具应用的基本知识。</p>	<p>2. 具有酒店数字化营销活动的策划和实施能力；</p> <p>3. 具有解决酒店线上服务、运营与管理中常见问题的能力，并能应对各种网络突发状况；</p> <p>4. 酒店在线销售、客户关系管理、数据分析与可视化工具的使用能力；</p> <p>5. 在泛酒店业开展数字化营销和运营的适应能力；</p> <p>6. 在泛酒店业的可持续发展能力。</p>
--	--	---

④主要内容：1. 酒店业数字营销概述与基础理论；2. 酒店业产品策划与社交媒体营销；3. 酒店业用户数据运营与客户关系管理；4. 酒店数字营销的方法 5. 数字营销的工具体系 6. 数据驱动的客户运营场景 7. 数字营销平台建设

⑤课程内单列的实训项目： 1. 酒店产品营销实践数字实训；2. 酒店业在线定价管理实训；3. 酒店业客户关系管理实训；4. 数字化运营实训；5. 数字营销平台建设实训。

C2 酒店实务

①课程定位：该课程是本专业的专业核心课程。课程的基本任务是向学生传授餐饮产品认知、餐饮服务、宴会策划与设计、前厅客房接待服务等基本原理和技能，注重培养学生爱岗敬业、创新意识，树立正确的职业道德观念，并提高沟通交流、团队协作、组织及管理能力。

②学分、学时：3.5 学分，60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生敬业爱业、诚实守信、吃苦耐劳、相互尊重等职业道德与 社会责任感； 2. 具有勤学苦练、乐于实践的学风和创新意识,创新精神； 3. 具有一定的审美情趣和文化品位； 4. 具有较强的交流与沟通能力。	1. 掌握餐饮及餐饮业的基础知识； 2. 掌握餐饮服务的基本技能； 3. 掌握不同类型餐饮服务的方法及流程； 4. 掌握主题宴会设计的方法； 5. 掌握客房预订的流程； 6. 掌握总台服务的基础知识。	1. 能够规范操作餐饮基本技能； 2. 能够按照不同客人需求灵活进行服务； 3. 能够灵活的对不同类型的餐饮进行服务工作； 4. 能够根据客人需求策划和设计主题宴会； 5. 能够识别不同类型的饭店客房设施的特点，并能够正确介绍客房类型及客房设施的功能布局； 6. 能够灵活处理酒店工作中遇到的问题

④主要内容：餐饮及餐饮业的基本知识；餐饮服务基本技能（端托技能、餐巾折花、台布铺设技能、中餐摆台技能、西餐摆台技能、斟酒技能等）；不同类型餐饮服务知识与技能（中餐厅服务、西餐厅服务、自助餐厅服务、酒吧服务等）；餐饮策划与设计（主题宴会设计、菜单设计、自助餐设计、酒会设计等）；客房基础知识；客房类型与设备用品知识；对客服务知识（入住接待服务、引客入房服务、会客服务、离店服务、处理特殊情况服务等）。

⑤课程内单列的实训项目：餐饮部组织机构设置；端托技能；餐巾折花技能；斟酒技能；预订服务；开餐服务；结账服务；主题宴会设计；菜单设计；班前例会；中式铺床；VIP 接待。

C3 酒店督导管理

1. 课程定位：本课程对应酒店前厅部、客房部、餐饮部等部门的基层管理岗位，培养学生一线部门管理人员日常工作所应具备的服务质量管理、员工激励、沟通与辅导、处理客人投诉等能力，从而树立学生爱岗敬业的职业精神。

2. 学分、学时：2.5 学分，48 学时

3. 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立良好的酒店从业人员管理素养； 2. 注重学生的心理素质、服务意识、诚信意识等素质的培养； 3. 培养学生的团队精神、协作意识及敬业素质； 4. 使学生能够成为酒店服务业的形象代表。	1. 酒店督导的角色认知； 2. 团队建设的方法； 3. 有效沟通技巧和方法； 4. 酒店员工招聘和筛选的流程、方法； 5. 酒店员工入职教育和员工培训的方法。	1. 具备实施有效的员工激励的能力； 2. 能够在管理工作中有效地运用听说沟通技巧，与顾客以及一线员工及上级领导进行良好的沟通，树立正确的沟通意识； 3. 具备工作分配和检查的能力； 4. 能够评估和辅导员工的能力。

4. 主要内容：

(1) 督导角色与工作职责 (2) 团队组建 (3) 人际沟通与表达 (4) 员工激励 (5) 员工培训 (6) 运营部门服务质量管理 (7) 宾客关系管理

C4 酒店收益管理

1. 课程定位：本课程通过收益管理学习，让学生掌握酒店运营服务和酒店收益管理岗位主要工作程序和方法，突出市场分析、预测等能力的培养和训练，重

在培养学生提高酒店资产价值的能力，树立爱岗敬业的职业精神。

2. 学分、学时：2.5 学分，48 学时

3. 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立良好的诚信品质； 2. 培养学生竞争意识与创新意识； 3. 培养学生关注市场细节和增长点的能力； 4. 培养学生前瞻性意识和酒店定价战略性思维。	1. 理解酒店产品价格体系； 2. 掌握酒店销售渠道选择与管理； 3. 知晓酒店细分市场与市场预测 4. 学习酒店收益管理系统的操作。	1. 具备的酒店收益管理应用能力； 2. 掌握酒店收益管理工作流程； 3. 具备酒店市场预测能力； 4. 能够根据市场管理价格； 5. 具备渠道选择能力； 6. 能够操作收益系统。

4. 主要内容：

(1) 酒店收益管理概况 (2) 酒店市场细分与价格管理 (3) 酒店市场预测
(4) 酒店容量管理 (5) 餐厅收益管理 (6) 酒店收益管理系统

C5 酒店连锁经营管理

①课程定位：该课程是酒店管理与数字化运营专业的专业核心课程，使学生树立现代连锁经营的理念，掌握总部管理、门店开发、商品采购、信息管理和顾客服务等方面的基本概念和操作流程，培养创业创新能力和连锁门店的运营管理能力。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有市场经济竞争理念； 2. 具有认真细致的工作作风； 3. 具有获取信息、进取精神、创新意识。	1. 掌握连锁经营在旅游酒店行业的发展； 2. 掌握连锁企业的类型、特征； 3. 掌握不同类型连锁企业的管理模式； 4. 连锁企业组织结构与人员配置； 5. 掌握连锁门店信息管理技术； 6. 掌握企业连锁经营的发展策略。	1. 能够具备进行连锁企业商品管理； 2. 能够进行连锁企业综合管理； 3. 能够提升连锁企业顾客服务质量； 3. 具有较强的交流与沟通能力； 4. 具有组织和团队协作能力； 5. 能够灵活的应变，解决实际问题。

④主要内容：连锁经营的起源和发展；中国知名连锁酒店；国外连锁经营的发展；连锁经营的内涵和实质；连锁企业组织结构与人员配置；连锁经营的基本模式；连锁门店扩张、选址；店铺设计与布局的原则；连锁企业门店运营管理；连锁门店信息管理。

⑤课程内单列的实训项目：特许经营的可行性分析；连锁企业组织机构设置；中国知名连锁酒店；永和豆浆的连锁发展之路；麦当劳的标准化；星巴克在中国的发展战略。

C6 融媒体运营

①课程定位：该课程是专业核心课程，通过对酒店融媒体运营内容与方法的学习，使学生初步具备相关的专业理论素养和操作技能，培养学生的创新精神、创新意识、沟通交流和团队协作能力。

②学分、学时：4 学分，72 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立学生的形象意识、服务意识，强化酒店职业素养； 2. 坚定学生的中国文化自信，增强民族责任感与使命感； 3. 具有不断学习新知识、接受新事物的进取精神。	1. 了解酒店融媒体的本质； 2. 掌握酒店融媒体的视频内容的创作； 3. 掌握专业化酒店融媒体视频内容的前期创作； 4. 掌握酒店融媒体视频内容创作的拍摄和制作环节； 5. 掌握酒店融媒体内容创作的运营； 6. 了解酒店融媒体内容创作的管理； 7. 掌握酒店融媒体内容创作的推广。	1. 能够知晓酒店融媒体的发展； 2. 能够分辨酒店融媒体视频内容的种类； 3. 能够辅助完成酒店融媒体视频内容的前期创作； 4. 能够熟记酒店融媒体内容创作拍摄的环节； 5. 能够初步完成酒店融媒体运营。

④主要内容：认识酒店融媒体、酒店融媒体的视频内容的创作、专业化酒店融媒体视频内容的前期创作、酒店融媒体视频内容创作的拍摄和制作环节、酒店融媒体内容创作的运营、酒店融媒体内容创作的管理、酒店融媒体内容创作的推广。

⑤课程内单列的实训项目：酒店融媒体文案制作实训、酒店融媒体视频创作实训、酒店融媒体推广实训。

C7 分岗平台课程 2

(1) 社会化媒体营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。该课程通过丰富的最新案例说明了社会化媒体如何以及为什么会在企业的市场营销活动中发挥巨大作用。培养学生运用社会化思维分析营销问题和解决营销问题能力的一门重要的应用课程。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格； 2. 培养学生良好的职业道德、诚实守信、爱岗敬业； 3. 培养学生的团队协作能力 4. 培养学生较强的责任心和吃苦耐劳的职业精神。	1. 了解社会化媒体主要内容，掌握与社会化媒体必备的基础概念； 2. 掌握社会化媒体基本营销原理； 3. 了解社会化媒体的基本营销手段，掌握营销手段运用方法； 4. 结合课程基本知识去分析营销策略。	1. 具有探究学习、终身学习、职业判断、分析问题和解决问题的能力； 2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力； 3. 具备在社会、健康、安全、法律、文化、环境等实际约束下，编制可行营销策划方案的能力。

④主要内容：《社会化媒体营销》包括水平式变革、社会化媒体战略计划、社会化消费者、数字社区、社会化社区、社会化发布、社会化娱乐、社会化商务、利用社会化媒体研究消费者行为、社会化媒体测量指标等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：社会化消费者、数字社区、社会化社区、社会化发布、社会化娱乐、社会化商务、利用社会化媒体研究消费者行为、社会化媒体测量指标。

(2) 综合电商平台运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。课程包含了电商运营和营销的基础知识、店铺规划、直通车引流、钻展推广、活动营销、内容

营销、渠道营销、数据分析、店铺优化、移动电商和跨境电商等时下常用与流行的运营与营销知识，以帮助电商从业人员更好地管理和发展店铺，获得更多的竞争优势，成为电商市场中的常青树。

②学分、学时： 3 学分、54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 具备沟通协调能力、组织策划能力、推广营销能力、办公操作能力、团队管理能力等有要求之外，对文字表达能力、热点跟进能力、用户洞察能力、资源整合能力、数据分析能力的要求相对更高；</p> <p>2. 能独立完成电商的运营与营销。</p>	<p>1. 掌握网店页面规划、网店促销规划；</p> <p>2. 掌握聚划算、淘金币营销活动营销；</p> <p>3. 掌握直播、微博、微信营销的操作方法；</p> <p>4. 掌握淘宝 SEO 优化的方法；</p> <p>5. 掌握标题优化、宝贝主图优化、宝贝详情页优化的方法。</p>	<p>1. 学生应能独立完成电商的运营与营销；</p> <p>2. 掌握电商运营的核心思路和方法，及时了解运营类岗位的职责要求和能力清单，提升电商运营能力。</p>

④主要内容：电商运营与营销基础、做好店铺规划提高转化率、直通车引流打造店铺爆款、钻展推广定位精准人群、活动营销引爆店铺流量、内容营销直击买家痛点、渠道营销提高店铺知名度、数据分析诊断运营情况、店铺优化提高转化率与销量、移动电商全方位覆盖人群、跨境电商走向国际化等。

⑤课程内单列的实训项目：淘宝店铺运营、跨境店铺运营、新媒体运营、微店运营。

(3) 国际物流

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。该课程旨在培养学生掌握国际物流流程知识。课程旨在培养学生求德向善、求真务实、遵纪守法的公民素质；培养学生的制度自信、文化自信；培养学生的团队合作与协调、应变、承压、创新以及自我约束、自我管理、自我规划等基本的职业素质。

②学分、学时： 3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 培养学生求德向善、求真务实的职业道德，遵纪守法的法律意识；</p> <p>2. 培养学生制度自信，文化自信与民族自豪感，以及自尊、自立、自强的个人品格；</p> <p>3. 培养学生团队合作、认真细致的职业素养；</p> <p>4. 培养学生分析问题，解决问题以及应变，承压，创新等综合素质。</p>	<p>1. 认知国际物流系统与国际物流网络；</p> <p>2. 了解国际运输涉及到的方方面面的法律、标准、规定等知识；</p> <p>3. 掌握班轮运输和租船运输相关知识；</p> <p>4. 掌握国际空运物流相关知识；</p> <p>5. 了解国际铁路物流相关知识；</p> <p>6. 了解集装箱与国际多式联运物流相关知识。</p>	<p>1. 能够选择合理的国际物流运输方式；</p> <p>2. 能够缮制各种国际物流相关单据；</p> <p>3. 具备租船订舱、处理海运货运事故的能力；</p> <p>4. 具备计算国际航空运输运费，合理选择国际空运方式，处理国际空运物流中的货运事故的能力；</p> <p>5. 具备国际铁路货物联运费用的计算和核收的能力；</p> <p>6. 能够计算或估算集装箱海运运费。</p>

④主要内容：认知国际物流与国际贸易、国际物流系统与国际物流网络、国际货物的包装与仓储业务、国际货物运输的组织与代理、国际货物的代理报检与代理报关、国际海运物流、国际空运物流、国际铁路物流、集装箱与国际多式联运物流、国际物流服务与管理。

⑤课程内单列的实训项目：国际物流多式联运运费计算、国际物流单据填报、国际物流保险理赔分析。

(4) 客户管理综合实务

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。培养学生系统地掌握客户资源管理理论，理解电子商务时代客户关系管理的基本运作模式，具备综合分析企业客户资源管理问题能力，利用信息技术与智能技术设计客户关系管理系统的基本技能。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 提高精细、务实的服务理念，培养诚信至上、勇于担当的可贵品质。 2. 培养追求卓越的拼搏精神，刻苦钻研的科学精神和自由发展、创新创业的时代精神。 3. 培养深度的业务逻辑，结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。	1. 通过课程学习，使学生学会制定客户开发战略； 2. 制定和维护提升客户价值的策略和行动方案； 3. 手机、分析、保存和传播有关的信息； 4. 撰写建议书、促进合同谈判的顺利进行。	1. 能够最大限度地挖掘企业与客户做生意的潜力； 2. 能够逐步与客户权力层建立联系； 3. 能够协调团队之间的工作，确保在客户事务上达成一致； 4. 能够对客户的问题、投诉和快速业务作出迅速的反应。

④主要内容：本课程主要讲授客户信用管理、客户渠道管理、客户促销管理、客户贷款管理、客服团队管理、项目工程跟进管理、代理商及相关加盟店沟通、新客户开发及客户维护、客户资料数据库建设管理等内容。使学生能系统地掌握客户资源管理理论，理解电子商务时代客户关系管理的基本运作模式，具备综合分析企业客户资源管理问题能力，利用信息技术与智能技术设计客户关系管理系统的基本技能。

⑤课程内单列的实训项目：客户信息管理必备制度与表格、客户分级管理必备制度与表格、客户开发管理必备制度与表格、客户服务管理必备制度与表格。

C8 分岗平台课程 3

(1) 全网营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。通过课程的学习，使学生能够根据企业的实际情况制定出相应的网络营销解决办法，并最终帮助企业解决网络营销中的实际问题，让企业在激烈的市场竞争上求得生存和发展。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格； 增强学生全网营销素质，解决实际问题的素质；</p> <p>2. 培养学生的团队协作能力。</p>	<p>1. 了解有关网络营销环境、熟悉网络营销流程，掌握网络营销基本实质；</p> <p>2. 掌握网络市场调研的内容与主要方法，以及商情分析等方面的知识；</p> <p>3. 掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。</p>	<p>1. 具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力；</p> <p>2. 具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力，如站点宣传策划、网络广告策划等；</p> <p>3. 具有网络营销策略综合运用能力。</p>

④主要内容：认知网络营销、搜索引擎营销、社会化媒体营销、网络视频营销、网络广告营销、软文营销、事件营销、病毒营销、全网营销策划、网站推广策划、品牌营销策划、产品营销策划等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：搜索引擎营销策划、社会化媒体营销策划、网络视频营销策划、网络广告营销策划、软文营销策划、事件营销策划、病毒营销策划、全网营销策划、网站推广策划、品牌营销策划、产品营销策划。

(2) 跨境电商平台运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。本课程开设的目的是使本专业学生在学习了跨境电商和国际贸易等基本知识的基础上，着重掌握运营第三方电子商务平台。通过本课程的学习，学生应能达到根据设定目标或载体进行跨境电子操作的基本要求。

②学分、学时： 3 学分、54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 培养学生互联网思维和数字化的意</p>	<p>1. 理解跨境电商的基本含义，掌握常见的跨境第三方平台</p>	<p>1. 能完成跨境店铺注册并获得平台认可通过；</p>

<p>识；</p> <p>2. 培育协同共生的跨境电商理念。</p>	<p>的特点、店铺注册的规定和要求；</p> <p>2. 掌握中国邮政小包、大包、EUB、四大国际商业快递等的特点、包装尺寸、价格、优劣等；</p> <p>3. 熟悉速卖通的选品规则，掌握产品信息化处理方法；</p> <p>掌握速卖通等平台规则，进行产品发布和推广；掌握产品标题优化、图片优化、详情优化的一般方法；</p> <p>熟悉订单处理、发货、收款、售后及客户维护等方法。</p>	<p>2. 能熟悉速卖通产品的品类、描述并运用后台数据形成某类产品的行业分析报告；</p> <p>3. 能够从平台选择产品，并处理图片，能够发布产品，并能利用平台进行推广；</p> <p>能够对产品标题、产品详情进行优化，对产品和店铺进行营销和推广；</p> <p>4. 能灵活处理订单业务、发货、出境报检报关，掌握收款、售后服务及争议处理。</p>
------------------------------------	---	---

④主要内容：内容包括跨境电商概述、跨境电商第三方平台、选品与商品定价、商品发布与优化、跨境电商营销、跨境电商支付、跨境电商物流、跨境电商客户服务和进口跨境电商。

⑤课程内单列的实训项目：跨境店铺注册；跨境物流与海外仓操作；海外市场调研；跨境选品操作；产品信息化操作；产品定价；产品发布；跨境店铺优化及推广操作；订单处理；发货操作；出境报检报关操作；收款、售后服务及客户维护；纠纷处理。

（3）物流案例分析与实践

①课程定位：本课程为专业核心课程，通过本课程使学生能运用专业知识分析供应物流、生产物流、销售物流等典型企业物流案例，提高学生实践能力和综合分析能力，培养学生团队协作、精益求精等职业素养，具有创新意识、战略意识。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有诚信、服务、拼搏、进取等优良品质； 2. 培养学生精益求精、严谨、专业工匠精神； 3. 培养学生追求服务质量意识； 4. 培养学生团队协作能力； 5. 增强学生创新意识、竞争意识、战略意识。	1. 掌握物流活动的全貌； 2. 掌握物流战略与物流规划基本方法； 3. 掌握现代采购与生产物流基本理论； 4. 掌握供应链角度下销售、配送模式； 5. 掌握现代物流技术、物流信息系统在企业中的运用。	1. 能初步分析企业物流战略、规划能力； 2. 能分析现代采购和生产物流能力； 3. 能分析供应链下配送运营能力； 4. 能分析物联网、大数据、云计算背景下物流技术、信息系统在企业中的应用及效益能力。

④主要内容：物流战略与规划；采购与生产物流；销售物流；配送与供应链管理；物流信息化；客户服务与服务质量。

⑤课程内单列的实训项目：海尔、宝钢企业的物流战略与物流规划案例分析；一汽大众、丰田生产物流案例分析；国美电器、7-11 销售物流案例分析；雅芳、中储配送与供应链案例分析；宝供、松下现代物流信息化案例分析；京东、亚马逊智能无人仓案例分析。

（4）客户服务部精细化管理

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。本课程着重掌握为客户服务人员提供各种可以借鉴的执行流程、制度范例、工具表单和文书模板等。通过本课程的学习，学生应能达到高效开展客户调研、科学管理客户信息，帮助企业提高客服人员职业素养，优化完善客服管理流程。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标

<p>1. 培养以客户为中心的理念；</p> <p>2. 养成以客户为中心的思维习惯。</p>	<p>1. 客户服务部职能管理与设计；</p> <p>2. 客户调研管理；</p> <p>3. 客户信息管理；</p> <p>4. 客户信用管理；</p> <p>5. 客户抱怨与投诉管理；</p> <p>6. 售后服务管理。</p>	<p>1. 以部门和岗位为基础，提供分层化、工具化、实务化、精细化的解决方案；</p> <p>2. 列出客服管理的主要流程图，对流程图中的关键节点进行细化说明；</p> <p>3. 制作出细化、可执行的范本，实现“拿来即用”；</p> <p>4. 制作出规范化的各类文书、方案，客服人员可以直接套用或稍改即用。</p>
---	--	---

④主要内容：客户信息管理、客户信用管理、客户抱怨与投诉管理、售后服务管理、大客户服务管理、电商客服管理等。

⑤课程内单列的实训项目：制定绩效考核量表、客户服务部工作业务管理工具设计、客户信息调研流程与客户调研管理表单、客户信用岗位考核量表、客户管理岗位考核量表、大客户服务岗位考核量表、电商客服岗位考核量表。

(3) 专业拓展课程。

专业拓展课程包括世界旅游地理、旅游文化、食品与营养、跨文化交际、客主题客房设计、面试技巧、客源国概括、塑身瑜伽、品牌企业经典案例赏析、主题宴会设计、PS 图像处理、消费心理学、新媒体营销、休闲产业管理、商务英语翻译。

专业拓展课至少选 7 门，每门课程是 1 学分、20 学时，总学分不少于 7 学分，其中第 3 学期不少于 3 门，第 4 学期不少于 2 门，第 5 学期不少于 2 门。

3. 综合实训

综合实训是本专业必修的综合性训练课程。通过综合实训，使学生了解酒店业，掌握酒店数字营销、酒店业客户关系管理、前厅服务、客房服务、餐饮服务、茶艺服务、咖啡与调酒服务等专业领域技术技能，提高酒店对客服务与沟通能力，数字化运营能力，增强就业创业和可持续发展能力素质，现代酒店服务质量管理

职业技能等级证书。

4. 顶岗实习

顶岗实习是专业重要的实践性教学环节。通过顶岗实习，使学生更好地将理论和实践结合，全面巩固和提高学生的职业技能和实际岗位工作能力，为就业奠定坚实基础。本专业顶岗实习主要使学生了解酒店行业现状及发展趋势、企业文化、岗位设置及运作流程，掌握酒店数字化经营与管理、餐饮实务督导等基础理论知识和专门知识，应用礼仪、基于数字化运营的客户关系管理和在线平台建设与管理等知识，增强学生爱岗敬业、吃苦耐劳、团队合作、精益求精、诚实守信等素质，提高从事酒店管理等实际工作的能力。

顶岗实习应认真落实教育部、财政部《高等职业学校学生实习管理办法》有关规定，并参照教育部《职业学校专业（类）顶岗实习标准》的有关要求，保证学生顶岗实习岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致，内容符合标准要求。

十一、教学时间安排及课时建议

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周。总学时数不低于 2500 学时，课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。

表 4 教学时间安排建议表

学年	周数	内容	教学（含理实一体教学及专门化集中实训）	复习考试	机动	假期	全年周数
一	—		36	2	2	12	52
二	—		36	2	2	12	52
三	—		38（其中，顶岗实习 19 周）	1	1	5	45

2. 授课计划安排建议表

遵循职业教育规律，按照公共基础课程模块、专业课程模块和集中实践性模块依次开展，编制本专业人才培养教学计划。

根据培养目标，本专业共开设按照公共基础课程模块，公共必修 13 门，学分为 23 分，占总学分 16.4%；学时为 377 学时，其中理论教学 191 时，实践教学 186 学时；公共限定选修学分 19 分，占总学分 13.5%；学时为 324 学时，其

中理论教学 295 时，实践教学 29 学时；公共任意选修学分 2 分，占总学分 1.4%；学时为 40 学时，其中理论教学 40 时，实践教学 0 学时。

专业基础课程 8 门，学分为 22 分，占总学分 15.7%；学时为 399 学时，其中理论教学 196 时，实践教学 203 学时。

专业核心课程 8 门，学分为 24 分，占总学分 17.1%；学时为 432 学时，其中理论教学 264 时，实践教学 168 学时。

专业拓展课程，选修学分 7 分，占总学分 5%；学时为 140 学时，其中理论教学 0 时，实践教学 140 学时。

集中性实践课程模块 12 门，学分为 43 分，占总学分 30.7%；学时为 1032 学时。

三年内共计完成 140 学分，2744 学时，其中实践教学 1758 学时，占总学时的 64%。

学时、学分分配表见表 5，教学进程安排见表 6、7、8、9、10

表 5 酒店管理与数字化运营专业课程体系学时、学分分配表

课程体系	课程类别	学分	学分占 (%)	总学时	理论学时	实践学时
公共基础课程 模块	公共必修课程	23	16.4	377	191	186
	公共限定选修课程	19	13.6	324	295	29
	公共任意选修课程	2	1.4	40	40	0
	小计	44	31.4	741	526	215
专业课程 模块	专业基础课程	22	15.7	399	196	203
	专业核心课程	24	17.2	432	264	168
	专业拓展课程	7	5	140	0	140
	小计	53	37.9	971	460	511
集中性实践课程 模块	国防教育（军事技能训练与专业教育）	2	1	48	0	48

	劳动教育	1	0.7	24	0	24
	综合实训	24	17.1	576	0	576
	顶岗实习	19	11.4	384	0	384
	小计	43	30.7	1032	0	1032
合 计		140	100	2744	986	1758
总学时/最低修读学分			2744/140			

表6 酒店管理与数字化运营专业教学进程表（公共基础课程模块）

	课程编号	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/周数/学时					
								第一学年		第二学年		第三学年	
						理论	课内实验	1	2	3	4	5	6
						15周	15周	12周	12周	9周	0周		
公共必修课	A-1	思想道德与法治	理+实	3	48	32	16	3					
	A-2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	理+实	4	64	48	16		4				
	A-3	形势与政策	理+实	1	40	40							
	A-4	体育与健康 I	理+实	2	30	2	28	2					
	A-5	体育与健康 II	理+实	2	30	2	28		2				
	A-6	体育与健康 III	理+实	1	12	2	10			1			
	A-7	体育与健康 IV	理+实	1	12	2	10				1		
	A-8	大学生心理健康教育	理+实	2	36	20	16	2					
	A-9	军事理论	理论	2	36	20	16		2				
	A-10	职业规划与就业指导 I	理+实	1	15	10	5	1					

	A-11	职业规划与就业指导 II	理+实	1	9	0	9					1		
	A-12	大学生创新创业训练教程	理+实	2	30	12	18		2					
	A-13	创新创业实践实战课	理+实	1	15	1	14		1					
公共选修课	A-14	高等数学 I	理论	2	30	30	0	2						
	A-15	高等数学 II	理论	2	30	30	0		2					
	A-16	大学英语 I	理论	3	60	60	0	4						
	A-17	大学英语 II	理论	3	60	60	0		4					
	A-18	大学语文 I	理论	2	30	30	0	2						
	A-19	大学语文 II	理论	2	30	30	0		2					
	A-20	信息技术与人工智能	理+实	2	30	10	20		2					
	A-21	安全教育	理+实	1	18	9	9							
	A-22	大学美育 I	理+实	1	18	18	0	1						
	A-23	大学美育 II	理+实	1	18	18	0		1					
	任意选修课	D-1至D-100	学院统一公选课	理+实	2	40	40	0						
		合计 (文 44/理 45)			44	69	52	215	17	22	1	1	1	

表 7 酒店管理与数字化运营专业教学进程表 (专业基础课程和专业核心课程)

课程性	课程编	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/周数/学时					
								第一学年		第二学年		第三学年	
						理论	课内	1	2	3	4	5	6

质	号						实验	15周	15周	12周	12周	9周	0周
专业 技术 基础 课程	B-1	商学基础	理+实	3.5	60	30	30	4					
	B-2	互联网应用技术	理+实	2.5	45	20	25	3					
	B-3	茶艺与茶营销	理+实	3.5	60	30	30			5			
	B-4	法律实务	理+实	2.5	48	28	20			4			
	B-5	公共关系与商务礼仪	理+实	2	36	10	26			3			
	B-6	市场营销	理+实	2.5	48	24	24				4		
	B-7	会计基础	理+实	2.5	48	24	24				4		
	B-8	分岗平台课程 1	理+实	3	54	30	24					6	
	小计				22	399	196	203	7	0	12	8	6
专业 核心 课程	C-1	酒店数字化运营	理+实	3.5	60	40	20		4				
	C-2	酒店实务	理+实	3.5	60	40	20			5			
	C-3	酒店督导管理	理+实	2.5	48	28	20			4			
	C-4	酒店收益管理	理+实	2.5	48	28	20				4		
	C-5	酒店连锁经营管理	理+实	2.5	48	28	20				4		
	C-6	融媒体运营	理+实	3.5	60	40	20				5		
	C-7	分岗平台课程 2	理+实	3	54	30	24					6	
	C-8	分岗平台课程 3	理+实	3	54	30	24					6	
	小计				24	432	264	168		4	9	13	12
合计				46	831	460	371	7	4	21	21	18	

表 8 酒店管理与数字化运营专业教学进程表（专业拓展课程）

课 程	课程 编号 D— 107	课程 名称	课程 类别	总 学分	总 学时	教学内容学时分配	学年/学期/学时		
							第一学年	第二学年	第三学年

性质	D—108					理论	课内实验							
								1	2	3	4	5	6	
专业选修课	D—101	世界旅游地理	实践	1	20					2				
	D—102	旅游文化	实践	1	20					2				
	D—103	食品与营养	实践	1	20					2				
	D—104	跨文化交际	实践	1	20					2				
	D—105	主题客房设计	实践	1	20					2				
	D—106	面试技巧	实践	1	20						2			
	D—107	客源国概况	实践	1	20						2			
	D—108	塑身瑜伽	实践	1	20						2			
	D—109	品牌企业经典案例赏析	实践	1	20						2			
	D—110	主题宴会设计	实践	1	20						2			
	D—111	PS 图像处理	实践	1	20							2		
	D—112	消费心理学	实践	1	20							2		
	D—113	新媒体营销	实践	1	20							2		
	D—114	休闲产业管理	实践	1	20							2		
	D—115	商务英语翻译	实践	1	20							2		
合计 (至少选 7 学分)				7	140					6	4	4		

备注：第 3 学期 5 选 3；第 4 和第 5 学期分别是 5 选 2。

表 9 学院公共任意选修课一览表

编码	课程性质	课程名称	开课系部	课程性质
D-1	文化类课程	水文化	水利工程系	公共任意选修课
D-2		中国水利史	水利工程系	公共任意选修课
D-3		传统文化与吟诵	基础教学部	公共任意选修课
D-4		数学文化	基础教学部	公共任意选修课
D-5		体育文化与欣赏	基础教学部	公共任意选修课
D-6	艺术类课程	美术鉴赏	建筑工程系	公共任意选修课

D-7		影视鉴赏	信息工程系	公共任意选修课
D-8		书法教程	信息工程系	公共任意选修课
D-9		摄影技术	信息工程系	公共任意选修课
D-10		文学鉴赏	基础教学部	公共任意选修课
D-11		音乐欣赏	学生工作处	公共任意选修课
D-12		中外音乐史	学生工作处	公共任意选修课
D-13	人文素养课程	环境学概论	资源与环境系	公共任意选修课
D-14		无人机操控技术	机电工程系	公共任意选修课
D-15		计算机组装与维护	信息工程系	公共任意选修课
D-16		网页制作	信息工程系	公共任意选修课
D-17		大数据	信息工程系	公共任意选修课
D-18		公共关系学	经济管理系	公共任意选修课
D-19		投资与理财	经济管理系	公共任意选修课
D-20		管理学	商务管理系	公共任意选修课
D-21		市场营销	商务管理系	公共任意选修课
D-22		演讲与口才	基础教学部	公共任意选修课
D-23		应用文写作	基础教学部	公共任意选修课
D-24		合同法规	基础教学部	公共任意选修课
D-25		科学健身	基础教学部	公共任意选修课
D-26		普通话基础	基础教学部	公共任意选修课
D-27		数学建模	基础教学部	公共任意选修课
D-28		工程数学	基础教学部	公共任意选修课
D-29		心理学与生活	学生工作处	公共任意选修课
D-30		网络平台课程	教务与科研处	公共任意选修课

表 10 酒店管理与数字化运营专业教学进程表（集中性实践课程模块）

编号	类别	实践教学内容	学分	实践教学时间安排					
				第一学年		第二学年		第三学年	
				1	2	3	4	5	6
E-1	国防教育、 劳动教育	国防教育(军事技能训练及入学教育)	2	2					
E-2		劳动教育	1	1					
	小 计		3	2	1				
E-3	综合 实训	企业认知	1	1					
E-4		职业技能训练 1	2	2					
E-5		餐饮技能实训	1			1			
E-6		咖啡与调酒实训	1			1			
E-7		职业技能训练 2	4			4			
E-8		酒店管理信息系统实训	1				1		
E-9		乘务实训	1				1		
E-10		职业技能训练 3	4				4		
E-11		分岗平台课程实训 1	3					3	
E-12		分岗平台课程实训 1	3					3	
E-13		分岗平台课程实训 1	3					3	
	小 计		24	1	2	6	6	9	
E-14	顶岗实习		16						19
总 计 (周)			43	3	3	6	6	9	19

表 11 第五学期分岗平台课程

岗位	平台理论课程	平台实训课程
数字化营销岗	数字营销	数字营销实训
	社会化媒体营销	社会化媒体营销实训
	全网营销	全网营销实训
数字化平台运营岗	数字化渠道运营	数字化渠道运营实训
	综合电商平台运营	综合电商平台运营实训
	跨境电商平台运营	跨境电商平台运营实训
智慧物流岗	第三方物流	第三方物流实训
	国际物流	国际物流实训
	物流案例分析与实践	物流案例分析与实践实训
客户服务与管理岗	数字化客户管理	数字化客户管理实训
	客户管理综合实务	客户管理综合实务实训
	客户服务部精细化管理	客户服务部精细化管理实训

十二、教学实施建议

1. 教学要求

公共基础课应结合酒店管理与数字化运营专业人才培养模式以及课程性质确定教学模式，注重和专业课程的衔接，有针对性的采取任务驱动、项目导向、课程与实习地点一体化等行动导向的教学模式，引导学生积极思考、乐于实践，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

专业课坚持校企合作、工学结合的人才培养模式，利用酒店综合实训中心、数字文旅营销中心、咖啡与调酒实训室、餐饮实训室、客房模拟实训室、形体训练室、校内酒店、职业技能培训等校内外实训基地，按住宿业、餐饮业岗位群的

能力要求，以“分段轮换、交替穿插、半工半读”等形式，强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色。运用山东省精品资源课平台、国家职业教育资源库、蓝墨云班课、智慧树在线课平台等信息化手段，开展第二课程，将学生自主学习、合作学习同教师课上引导有机结合，发挥学生主体作用，提升教学效率。

2. 教学资源

主要包括线上课程资源、专业期刊与图书、教学软件。线上资源包括智慧树、学堂在线等线上平台课程资源，以及建成的精品资源课和在线课程。拥有中国知网、万方数据等期刊数据资源，订阅了一批满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的图书；拥有酒店模拟运营、智慧文旅数字运营、酒店 PMS 信息系统等教学软件。

(1) 教材选用要求

所选教材的内容反映了物流行业先进的理念、新知识、新技术，选用了近三年出版的高职高专教材，优先选用了国家级、省部级获奖高职教材和能够反映先进技术发展水平的国家级、省部级“十三五”规划教材，与行业企业合作开发的专业课程教材，与 1+X 职业技术职业资格证书考核相结合教材。

(2) 图书资料配备要求

图书馆建筑面积 2.317 万平方米，流通藏书 75 万余册，服务设施完善，服务手段先进，服务水平高。满足酒店管理与数字化运营专业人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。主要包括：酒店管理专业群行业各类国家标准、现代酒店管理技术、酒店服务礼仪、现代酒店服务质量管理、茶艺与茶营销等技术类和案例类图书，以及四川旅游学院学报、旅游学刊、饭店现代化等专业学术期刊。

(3) 数字资源配备要求

结合专业需要，开发和配备一批优质音视频素材、教学课件、数字化教学案例库及智慧文旅平台、酒店餐饮运营、酒店 PMS 等虚拟仿真软件、网络课程等专业教学资源库，本专业建有《前厅客房服务与管理》、《餐饮督导管理》等省级精品资源共享课，建成《指尖上的山东旅游》、《商务礼仪与职场处世》在线开放课程，建有数字文旅营销实训中心，实现资源共享。

种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能有效开展多种形式的信息化教学活动，激发学生学习兴趣，提高学习效果。

3. 学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。建立了以学校为主，学生家长、华住酒店集团、万豪酒店集团、迪士尼等国内一流酒店、文旅企业为辅的多元评价主体。校内课程通过教师评价、学生互评与自我评价、学习过程评价、作业完成情况评价、期末综合考核评价等多种方式开展；校内实训通过职业技能鉴定、专业项目操作评价、软件模拟等方式开展。校外实训注重企业导师对学生专业知识、专业技能和工作规范等方面的考核评价，通过学生实训任务、企业导师考评开展。

学习评价不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注在实践中运用知识与解决实际问题的能力水平，重视节能环保、绿色发展、规范操作、安全生产等职业素质的形成。

4. 质量管理

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，建立与行业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。

完善专业教学工作诊断与改进制度，健全专业教学质量监控和评价机制，及时开展专业调研、人才培养方案更新和教学资源建设工作，加强课堂教学、实习实训、毕业设计等方面质量标准建设，提升教学质量。

完善学业水平测试、综合素质评价和毕业生质量跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校生学业水平、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。

十三、毕业要求

1. 学业考核要求

学生通过规定年限的学习，须修满专业人才培养方案所规定的学时学分，还必须取得第二课堂学分不低于5个学分(具体量化考核按《山东水利职业学院第二课堂学分实施办法(试行)》执行)和平台项目学分不低于2个学分((具体

量化考核按《山东水利职业学院商务管理系平台项目学分实施办法（试行）》执行）方能毕业。第二课堂学分和平台项目学分为附加学分，不计入正常教学活动学分。

表 13 毕业规定学分

序号	内容	要求	备注
1	公共基础课程模块	44 学分	
2	专业基础课程模块	22 学分	
3	专业核心课程模块	24 学分	
4	专业拓展课程模块	7 学分	
5	集中性实践课程模块	43 学分	
6	第二课堂学分	≥5 学分	第二课堂学分为附加学分，不计入正常教学活动学分。
合计		140 学分	

2. 证书考取要求

依据《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》要求，酒店管理与数字化运营专业学生可考取现代酒店服务质量管理职业技能等级证书（1+X）。该证书可以作为毕业生从业资格的凭证，反应职业活动和个人职业生涯发展所需的综合能力。证书有关内容是专业课程未涵盖内容或需要特别强化的内容的实训，反应典型岗位所需的职业素养、专业知识和职业技能，可通过专门补充培训、课上知识融入等方法同专业知识进行融合。

十四、继续专业学习深造建议

本专业毕业生可通过专升本、开放教育、成人高考、自学考试、海外进修、专项学习等途径继续专业学习。

本科：旅游管理、工商管理、市场营销、电子商务

也可在以后的工作中通过技术培训、项目研究、产品开发等生产实践，提高自身专业素养和技术水平。

附表：

专业人才培养方案开发团队名单

序号	姓名	工作单位	职务/职责	职称
1	秦承敏	山东水利职业学院	系主任	教授
2	马斌	山东水利职业学院	系副主任	副教授
3	王常红	商务管理系旅游酒店教研室	教研室主任	副教授
4	徐姗姗	商务管理系旅游酒店教研室	骨干教师	副教授
5	厉小励	商务管理系旅游酒店教研室	骨干教师	讲师
6	李航	商务管理系旅游酒店教研室	骨干教师	讲师
7	陈雯	华住酒店集团	高级经理	
8	白璐	舜和酒店集团	副总经理	