

化妆品经营与管理专业

2025 级人才培养方案

制订时间：2024 年 9 月

修订日期：2025 年 6 月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标及规格	2
六、课程设置及要求	3
七、教学进程总体安排	19
八、实施保障	25
九、毕业要求	30
十、方案编制人员信息表	32
十一、附录	33

化妆品经营与管理专业人才培养方案（三年制）

方案执笔人	二级学院 初审负责人	教务处 审核负责人	学术委员会届次	党委会
**	**	**	二届二十二次 学术委员会审议通过	2025 年第 21 次 党委会审定

一、专业名称及代码

专业大类及代码：食品药品与粮食大类（49）

专业类及代码：药品与医疗器械类（4902）

专业名称：化妆品经营与管理

专业代码：490217

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学历

三、修业年限

以 3 年为主，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

四、职业面向

（一）职业面向

表一职业面向一览表

所属专业大类（代码）	食品药品与粮食大类（49）	
所属专业类（代码）	药品与医疗器械类（4902）	
对应行业（代码）	化学原料和化学制品制造业（26）、批发业（51）、零售业（52）	
主要职业类别（代码）	购销人员 4-01 (GBM4-1)	美容美发人员 4-07-04 (GBM4-74)
主要岗位群或技术领域 举例	从事商品购、销及提供相关服务的人员。 本种类包括下列小类： 4-01-01（GBM4-11）营业人员、4-01-02（GBM4-12）推销、展销人员、4-01-03（GBM4-13）采购	根据顾客的脸型、皮肤特点和要求，为其清洁、护理、保养皮肤，美化容颜的人员。 本小类包括下列职业： 4-07-04-01 美容师 4-07-04-02 美发师

	人员 4-01-07 (GBM4-17) 商品监督和市场管理人员 4-01-99 (GBM4-19) 其他购销人员	
职业类证书	化妆品配方师、美容师、数字营销技术应用、新媒体营销、网店运营推广	

(二) 职业技能等级证书

表二职业技能等级证书

序号	职业技能等级证书	颁证单位
1	数字营销职业技能等级证书 (中级)	中教畅享(北京)科技有限公司
2	新媒体技术职业技能等级证书 (中级)	南京奥派信息产业股份公司
3	人物化妆造型职业技能等级证书 (中级)	北京色彩时代商贸有限公司
序号	社会认可度高的行业企业标准和证书	标准制定的企业或证书颁证单位
1	互联网营销师资格证书	中教畅享科技股份有限公司

五、培养目标及规格

(一) 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观, 传承技能文明, 德智体美劳全面发展, 具有一定的科学文化水平, 良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识, 爱岗敬业的职业精神和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, 掌握化妆品市场分析、化妆品销售、门店管理及相关法律法规等专业知识, 具备化妆品市场调研与开发、化妆品产品策划与推广、美容行业的业态管理与运营等能力, 具有工匠精神和信息素养, 能够从事市场调研与开发、产品销售与服务、新媒体营销、业态管理与运营等工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、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 and 参与意识；

（3）具有良好的职业道德和职业素养。爱岗敬业、吃苦耐劳、精益求精、诚信守法；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；

（4）具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；

（5）具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；

（6）具有职业生涯规划意识；

（7）具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；

（8）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；

（9）掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2. 知识

（1）掌握必备的思想政治理论、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现代市场规则、环境保护、安全防护等相关知识；

（3）掌握高职高专使用英语知识和计算机应用基础知识；

（4）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法；

（5）掌握必需的化妆品专业知识和医学美容专业知识；

（6）熟悉有关化妆品标准、质量管理的知识；

(7) 掌握必需的基础化学、化妆品原料、化妆品制备技术、化妆品安全管理知识;

(8) 掌握化妆品商品知识, 了解皮肤基础知识;

(9) 熟悉企业管理、化妆品储运管理、电子商务、数字营销等知识。

3. 能力

(1) 具有化妆品市场调研与开发的能力;

(2) 具有化妆品的产品策划与推广能力;

(3) 具有化妆品的产品销售与服务能力;

(4) 具有化妆品门店的运营与管理能力;

(5) 具有化妆品的新媒体营销能力;

(6) 具有美容行业的业态管理与运营能力;

(7) 具有根据消费者需求, 正确分析和选择化妆品的能力;

(8) 具有依据化妆品法律法规从事化妆品经营与管理的能力;

(9) 具有适应数字经济发展新需求的数字技术和信息技术的应用能力;

(10) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

本专业开设《思想道德与法治》《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》《形势与政策》《体育与健康》《心理健康教育》《职业规划与就业指导》《综合英语》《信息技术》《创业基础》《劳动教育》《国防教育》《美育》《大学生安全教育》《国家安全教育》共 15 门公共基础必修课程。

1. 公共必修课

(1) 思想道德与法治 (54 学时、3 学分)

本课程是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课, 主要针对大学生成长过程中面临的思想道德和法治问题, 开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观及法治观教育, 帮助大学生提升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）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（36 学时、2 学分）

本课程以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验，集中阐述马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。本课程重点阐述毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。通过相关基本理论的学习，引导大学生系统把握马克思主义中国化时代化理论成果所蕴含的马克思主义立场、观点和方法，增强政治认同、思想认同、情感认同，自觉投身中国特色社会主义伟大实践，为中华民族伟大复兴作出应有贡献。

（3）形势与政策（上）（下）（48 学时、1 学分）

本课程旨在帮助大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，认清历史使命、肩负时代责任，在实现中华民族伟大复兴中国梦的实践中贡献青春力量。

（4）习近平新时代中国特色社会主义思想概论（54 学时、3 学分）

本课程旨在引导学生从整体上把握马克思主义中国化、时代化的最新理论成果，深化对“两个结合”的规律性认识，系统学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，引导学生进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”、深刻领悟“两个确立”、做到“两个维护”，牢固树立与时代主题同心同向的理想信念，以理想信念筑牢精神之基，坚定不移听党话、跟党走，做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代好青年。

（5）综合英语（1）（2）（56 学时、4 学分）

本课程通过对精选的规范的语言教材的讲解，传授系统的英语语音、语法、词汇、篇章结构等基础知识；同时对学生进行严格的英语听说读写译等基本技能综合训练。在精讲多练的原则下，着重培养学生实际运用英语的能力，帮助学生掌握基本的英语交流技能。

（6）信息技术（80 学时、5 学分）——虚拟现实数字媒体人工智能

通过本课程学习，引导学生认识信息技术对人类生产生活的重要作用，了解现代社会信息技术发展趋势，理解信息社会特征并遵守信息社会规范；使学生掌

握常用工具软件与信息化办公技术，了解虚拟现实、数字媒体、人工智能等新兴信息技术，具备支撑专业学习的能力，能够在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决实际问题；培养学生的团队意识与职业精神，提升独立思考和主动探究能力，为其职业能力的持续发展奠定基础；全面提升学生的信息素养与信息技术应用能力。

（7）体育与健康（136 学时、2 学分）

本课程以“健康第一”为指导，以身体练习为主要手段，以增进健康为主要目的，增强体质，学习与掌握各项体育运动技能。让学生掌握体育与健康基本知识，并指导实践；提高学生身体素质，心理素质，社会适应能力，具有良好的道德品质；每位学生能掌握 1-2 项运动技术，养成终身体育的运动习惯。具备职业人所应有的职业体能与职业素养，以展现当代大学生的精神风貌，为学生的职业方向和将来的工作特点奠定坚实的基础。

（8）美育（36 学时、2 学分）

本课程以全面推进素质教育为宗旨，以审美体验为核心，结合具体的作品赏析与审美实践，有效促进学生审美能力的形成和发展。教学内容主要包括美学发展历史、中西方美学范畴、自然美、社会美、表演艺术美、影视艺术美、科学美等领域的美的发现、欣赏与领悟。通过引导学生主动参与审美实践，提升学生良好的人文素养，为学生发现美、欣赏美乃至创造美奠定良好的基础，为培养身心和谐发展的当代大学生服务。

（9）职业规划与就业指导（32 学时、2 学分）

课程旨在帮助学生认识自我，了解职业，设定职业规划目标，并规划实施；做好求职准备，掌握简历撰写和面试技巧，找到合适的工作。

（10）创业基础（36 学时、2 学分）

本课程旨在培养学生的创新思维，创业意识和创新创业能力。了解创办企业的流程和步骤，掌握企业经营的方法，具备创业知识和能力。

（11）心理健康教育（36 学时、2 学分）

本课程是一门集知识传授、心理体验与行为训练为一体的必修公共基础课。课程以提高学生心理素质，塑造学生职业核心能力、提升学生未来社会适应能力为主旨，提升自我认知、人际沟通、自我调节、危机预防、创新思维等心理、职

业核心能力。

（12）大学生安全教育（60学时、1学分）

本课程是一门集知识传授、技能培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时为60学时（每学期10课时）。课程旨在通过对大学生进行安全教育和技能培训，促进学生主动掌握安全防范知识，不断增强安全防范意识和避险自救能力，全面提升大学生安全整体素质。主要授课内容包括国家安全、网络安全、消防安全、公共卫生安全、社会活动安全、防灾减灾、应急逃生自救、实验实训安全等。

（13）国家安全教育（16学时、1学分）

本课程是一门集知识传授、能力培养为一体的所有专业必选公共基础课，总学时16学时。本课程主要包括总体国家安全观、政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全、新兴领域安全等内容；公共安全教育主要包括人身安全、公共卫生安全、财产安全、心理安全、消防安全、应急处置、预防违法犯罪、防范邪教等内容。本课程的培养目标是通过国家安全和公共安全教育，提高新时代大学生的国家安全意识和自我保护能力，在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀，加强品德修养，增长知识见识，培养奋斗精神，提升学生综合素质。

（14）劳动教育（《劳动专题教育必修课》线上线下融合），16学时，1学分；《校内公益服务劳动实践》，14学时，1学分。）

本课程贯彻教育部印发的《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》文件精神，通过理论讲解和案例分析，从劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽四个角度，带领学生学习劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等内容，帮助学生正确认识劳动，树立正确的劳动观，增强学生的职业荣誉感和责任感，培育学生积极向上的劳动精神。

（15）国防教育（148学时、4学分）

国防教育课要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，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力

量服务。通过国防教育课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

2. 公共选修课

本专业开设《人工智能基础》《国学经典》《中华优秀传统文化》和《大学语文》共 4 门公共基础选修课程。

（1）人工智能基础（32 学时、2 学分）

本课程是面向所有专业的一门通识基础课程，是在学生学习了计算机信息技术课程、具备了一般计算机信息技术基础知识、掌握了基本操作和中西文字输入能力的基础上，开设的一门理实一体课程，其功能是对接专业人才培养目标，面向各专业的培养目标和当前社会职业岗位的需求为导向，培养学生自觉使用计算机解决学习和工作中实际问题的能力，使计算机成为学生获取知识，提高素质的有力工具，从而促进本专业相关知识与技能的学习、提高学生基本素质与能力，为后继各专业课程学习打下基础。

（2）国学经典（32 学时、2 学分）

本课程是研究中华民族传统的学术精神及其载体的学问，是中华民族在物质文明、精神文明、政治文明和社会文明进程中形成的。本课程从四书、五经、诸子等专题进行讲述，帮助同学了解国学，以便研究国学，传播国学，吸收前人的智慧，用以拓展心胸，提升修为。

（3）中华优秀传统文化（32 学时、2 学分）

本课程聚焦中华文明瑰宝，精选经典典籍、传统艺术、哲学思想等内容，旨在引导学生提升对文化经典和传统艺术的学习与借鉴能力，自觉吸收中国智慧、弘扬中国精神、传播中国价值，坚定文化自信。

（4）大学语文（32 学时、2 学分）

本课程通过对优秀汉语文学经典及代表性作品的研读、鉴赏、解析，培养学生热爱母语、热爱中国文化遗产的情感，建立在全球化文化语境中的多元文化观及认同本土文化的价值观。

（二）专业（技能）课程

本专业开设《市场营销基础》《连锁经营管理实务》《消费者行为分析》《管

理学基础》《化妆品基础》《皮肤学基础》和《市场调查与分析》共 7 门专业基础课程。

1. 专业基础课

(1) 市场营销基础 (56 学时、4 学分)

通过本课程的学习,使得学生明确市场营销管理的任务;理解微观环境与宏观环境的主要构成,掌握分析、评价市场机会与环境威胁的基本方法,熟悉企业面对环境变化所应采取的对策。

(2) 连锁经营管理实务 (28 课时、2 学分)

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,能够符合连锁经营企业对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,具备一个初级管理人员基本的管理技能。

(3) 消费者行为分析 (56 学时、4 学分)

本课程聚焦于“如何影响消费者”这一核心问题,以消费者行为认知、影响因素和购买决策过程三大模块重构教学内容,从认识消费者和消费者行为出发,深度剖析影响消费者行为的内外因素,包括消费者的需要和动机,消费者的心理活动,消费者个性、自我概念和生活方式,消费群体,外部环境,产品,广告与营销等,并详细解析消费者购买决策和消费者购后行为,强调“做中学、做中悟”,重点培养学生在营销实战中对消费者心理和行为规律的运用能力,以及营销策略的科学决策能力。

(4) 管理学基础 (32 学时、2 学分)

通过本课程的学习,使学生了解管理理论的形成过程,熟悉管理理论的基本框架,认识管理活动的基本职能,理解管理活动的基本规律,掌握管理活动的基本方法,了解管理学发展的新趋势及面临的挑战;具备一定的环境分析、组织设计、沟通协调等能力,并能运用所学的基本理论分析实践中遇到的问题。

(5) 化妆品基础 (56 学时、4 学分)

通过本课程的学习,使学生了解化妆品行业的相关知识,掌握与化妆品相关的生理学基础,掌握皮肤生理学与常见各类化妆品功效之间的内在关系,了解化妆品表面活性剂基础、乳化理论,熟悉基本的化妆品功效评价的方法,学习化妆

品及日化产品的安全评价及使用安全注意事项,学习功能性化妆品及特效日化产品使用功效的评价方法。

(6) 皮肤学基础 (64 学时、4 学分)

通过本课程的学习,突出病症诊断、强化皮肤美容养护技能、淡化治疗的原则,优化内容,补充新病种。以中、西医皮肤病学理论在医学美容中实际应用为主体,融入适量医学美学、美容技术的相关知识和技能,设计皮损特征认知、病症诊断、治疗指导、美容养护指导、预防指导等任务驱动模块,指导皮肤美容治疗技术、中医药美容技术在本学科的具体应用,培养学生的动手实践能力,提高学生的综合素养和职业精神。

(7) 市场调查与分析 (56 学时、4 学分)

通过本课程学习,使学生掌握市场调查的基础概念、抽样调查方法、问卷设计技术、市场资料的收集方法、市场调查报告的撰写方法;培养学生开展市场分析、研究和解决企业相关市场问题的技能。

2. 专业核心课

本专业开设《化妆品门店管理》《人物化妆造型》《新媒体营销》《化妆品配方设计与制备》《化妆品品牌管理》《美容导师实务》共 6 门专业核心课程。

(1) 化妆品门店管理 (64 学时、4 学分)

通过课程学习培养学生具有高尚的职业道德和职业情感,树立严谨求实的工作作风,形成科学的思维方法,具有高度的责任心与自信心,为今后走向工作岗位从事门店经营相关工作奠定坚实的技能基础。内容包括申请开办化妆品专卖店、美容店、美甲美妆店、选择地址、设计营业场所、仓储与养护化妆品、陈列化妆品、销售化妆品、店面服务管理、店面员工管理、化妆品价格管理、收银作业与财务管理、运营网上化妆品店、连锁经营化妆品及美容店等。

(2) 人物化妆造型 (64 学时、4 学分)

根据中级 1+X《人物化妆造型职业技能等级标准》对应的工作领域、工作任务及职业技能要求,具体包括新娘化妆造型服务、宴会化妆造型服务、舞台化妆造型服务、摄影化妆造型服务、影视化妆造型服务等内容。突出动手实践能力,培养化妆师综合素养,完成从事新娘类、宴会类、舞台类、摄影类、影视剧类的化妆服务岗位工作。

(3) 新媒体营销 (64 学时、4 学分)

通过本课程的学习,使得学生熟悉新媒体营销的定位及优化方法;掌握主流新媒体渠道的营销方法;能够利用不同的工具和营销渠道开展营销与策划活动。熟悉并掌握各类型新媒体营销的应用策略。了解新媒体营销特点及发展趋势,并能够进行创新。

(4) 化妆品配方设计与制备 (56 学时、4 学分)

了解乳化理论,掌握乳化类产品的配方、乳化体类制备工艺及质量控制;掌握洗面奶、清洁霜、沐浴产品的配方、原理与生产工艺及质量控制;掌握香波和护发素的配方、原理与生产工艺及质量控制;掌握粉类化妆品粉饼、胭脂、粉饼等的配方及工艺,掌握口红的配方原理、配方与工艺,了解眼影和指甲油配方、原理及生产工艺;掌握常见特殊类化妆品烫发、染发产品配方与原理。

(5) 化妆品品牌管理 (64 学时、4 学分)

掌握化妆品品牌定位的过程及定位策略;掌握化妆品品牌形象塑造的途径;掌握化妆品品牌的广告传播、销售促进传播、整合营销传播等途径;掌握化妆品品牌危机的处理策略和品牌规划管理策略;能够对具体的产品进行品牌定位;能够对品牌进行形象及文化分析;能够不断对化妆品品牌进行品牌维护。

(6) 美容导师实务 (68 学时、4 学分)

培养学生对市场变化的应变能力,能够了解市场的动态情况,掌握产品的销售状况并制定市场工作计划;能够根据市场需求调整产品结构;能够对产品进行盘点,了解产品的库存情况;充分了解公司产品,掌握销售技巧,针对顾客传递公司产品及服务信息;能够完成企业形象维护;组织区域性推广活动。

3. 专业拓展课

本专业开设《商业文化素养》《形体训练》《美容基础》《化妆品原料》《职场初级实战》《数字营销技术应用》《直播营销与运营》《化妆品管理与法规》《门店销售技巧》《职场进阶实战》共 10 门专业选修课程。

(1) 商业文化素养 (32 学时、2 学分)

通过教学使学生根据商业岗位需求和认知规律,树立科学的世界观、人生观和价值观,热爱祖国,坚持正确政治方向;具有良好的商业道德和职业素养。阐述有关商业及商业文化的基本知识和思想理念;了解商业文化发展历程,掌握提

炼商业精神、总结商业规律的方法。能理解商业现象和商业政策；能将专业知识与商业文化融会贯通，解决工作中的问题。

（2）形体训练（32 学时、2 学分）

使学生掌握形象设计和礼仪基本知识，加强学生的文化素质和思想修养，使学生成为一个形象得体、气质高雅的知礼、守礼、行礼的高素质人才，使学生走上工作岗位后在社交活动中更好地运用礼仪，使学生掌握职业仪容美、仪态举止美、着装美、语言谈吐美的途径与方法，基本的形象设计的技能和技巧，学会根据自身条件和不同的职业环境，设计最佳职业形象。

（3）美容基础（64 学时、4 学分）

通过课程学习，学生做到熟练掌握皮肤知识并会诊断解决皮肤问题，选择合适的护肤品，熟悉正确的护肤流程，学会一些护肤技巧与美容护理，能对自身皮肤进行有效管理，提高审美，对自我形象进行设计，选择合适的化妆品，具备日常化妆技巧与特定场合下的不同妆容技术，基本达到初级美容师水平。通过本课程学习，使学生掌握营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法，并将所学到的策划知识应用到营销策划实践中，并能够完成策划方案的撰写。

（4）化妆品原料（64 学时、4 学分）

了解经典代表原料的理化性质、组成和结构；了解经典代表原料的包装、贮存及运输；掌握经典代表原料的来源，包括天然的产地、提取方法，制备方法和工艺，不同途径获取的原料的品质差异；掌握经典代表原料的用途、安全性及安全防护措施，掌握经典原料在化妆品中的应用，包括最适量、禁限量。满足化妆品企业的化妆品配方师、化妆品工艺工程师、化妆品销售人员、美容讲师等相关岗位对化妆品原料知识的要求。

（5）职场初级实战（96 学时、6 学分）

本课程是校企合作开发的实战课程，根据校企合作企业的需求，共同设置实战任务，提升学生的市场营销技能初级应用的能力。选择该课程可以替代本学期的其他选修课程。

（6）数字营销技术应用（64 学时、4 学分）

通过本课程的学习，掌握客户数据基本的统计分析方法，并根据需要制作、提供相关数据报表。实施行业数据采集与分析、根据数据进行客户画像、客户细

分和价值分析；能够编写数据分析报告，并进行可视化展示。根据数字营销策划方案，使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达未知受众，进行品牌传播工作。

（7）直播营销与运营（64 学时、4 学分）

通过本课程的学习，使得学生养成直播思维、选择直播平台、开展直播策划、确定直播模式、组织直播内容，通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广；采集分析销售数据，对企业或产品提出优化性建议。

（8）化妆品管理与法规（64 学时、4 学分）

通过本课程学习熟悉我国关于化妆品监管的各个组织机构，掌握各级化妆品监管机构的管理职能，掌握化妆品管理各项法规的主要内容，熟悉化妆品生产、经营和流通领域的质量管理和安全监管流程。培养学生具有应用化妆品管理法律法规分析案例的能力，培养学生具有依据化妆品法律法规处理和解决问题的能力，能胜任化妆品企业相关岗位。培养学生养成敬业爱岗、诚实守信、勤奋工作、奉献社会等职业道德，培养互助合作的团队精神。

（9）门店销售技巧（64 学时、4 学分）

培养学生的应变能力和交往能力，即使他们掌握销售领域的系统理论，又要吸收成功的销售经验和成熟技巧，能从企业整体发展战略的高度，认识和规划销售工作。掌握商品陈列的基本方法，掌握理货员的操作规程和作业要领，掌握促销活动的方式，掌握门店经营绩效评估指标。

（10）职场进阶实战（128 学时、8 学分）

本课程是校企合作开发的进阶实战课程，根据校企合作企业的需求，共同设置实战任务，提升学生的市场营销技能进阶实战应用的能力。选择该课程可以替代本学期的其他选修课程。

（三）实践性教学环节

表三实践教学环节设计

专业实践性教学环节	实践教学名称	开设学期	学分	学时	场地
实训	职业认知实训	1-2	1	20	企业
	人物造型设计实训	2	1	30	实训室
	美容技能专业实训	3	1	30	实训室
	美甲美睫实训	4	1	30	实训室
实习 (专业根据需要安排)	专业技能综合实训	5	8	160	企业
	岗位实习(1)	5	10	200	企业
	岗位实习(2)	6	14	280	企业
	毕业实践报告	6	4	80	企业

（四）课程思政要求

化妆品经营与管理专业课程思政育人旨在培养学生践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神，同时加强德育教育，提高学生的道德水平和社会责任感。以下为专业课程的课程思政建设方向一览表：

表四化妆品经营与管理专业课程思政建设方向一览表

序号	课程模块	课程名称	课程思政建设方向
1	专业基础课	市场营销基础	通过情景还原与案例研讨，开展沉浸式诚信法治教育，引导学生构建合法合规的营销价值体系；在市场环境分析、目标市场定位等教学场景中，有机嵌入乡村振兴战略、绿色消费趋势等时代命题，培育学生服务国家发展大局的家国情怀；依托企业真实营销项目，鼓励学生运用大数据分析、AI 预测等创新手段，在团队协作中提升营销策划能力，强化集体使命感。
2		连锁经营管理实务	通过讲解特许经营、加盟管理、供应链管理、合同管理、知识产权保护、消费者权益保护、劳动法规等内容，重点强调法律法规的严肃性、遵守契约的重要性以及违法违规的严重后果；培养学生遵纪守法、诚实守信、尊重契约的法治素养和商业伦理，懂得运用法律武器维护企业、员工和消费者的合法权益，营造公平有序的市场环境；引导学生不仅掌握连锁经营的专业技能，更要成长为具有坚定理想信念、高尚职业道德、强烈社会责任感、深厚家国情怀和开拓创新精神的时代新人，为中国连锁经营行业的健康、可持续发展贡献力量。
3		消费者行为分析	培养学生维护市场秩序的责任意识；通过实践案例，引导学生关注社会公平与可持续发展；运用眼动仪实验、消费行为沙盘等技术，组织学生开展消费者心理洞察、消费趋势预测等团队项目，在数据分析与模型构建中培养科学精神，培养学生国际视野与文化包容能力，助力构建健康消费生态。

4		化妆品基础	对比中外化妆品发展历史，阐明中华传统美容文化的源远流长和独特魅力，引导学生认识“国潮”化妆品兴起的文化根基，增强对民族品牌和传统文化的认同感与自信；以绿色化学、生物可降解材料、环保包装等前沿趋势和行业实践，引导学生认识到化妆品产业对环境的影响，树立“绿水青山就是金山银山”的理念；强调化妆品安全是行业的生命线，任何环节的疏忽都可能对消费者健康造成危害；通过典型案例剖析，强化学生的安全意识和责任担当。
5		管理学基础	开展管理伦理大讨论，引导学生坚守诚信管理原则；通过对比“企业环保转型实现可持续发展”与“污染企业因社会责任缺失倒闭”的真实故事，结合碳中和、碳达峰目标，强化学生社会责任意识；依托沙盘推演、企业经营模拟等实践教学，让学生在团队决策、资源调配中感受集体智慧的力量；将“两弹一星”精神、改革开放企业家精神融入经典管理案例分析，引导学生汲取艰苦奋斗、创新突破的精神养分，树立正确的职业发展观，实现管理知识传授与价值观塑造的同频共振。
6		皮肤学基础	以某些皮肤问题可能遭遇的社会歧视，引导学生树立人人平等、反对歧视的价值观，倡导社会包容；强调皮肤健康是全民健康的重要组成部分，培养学生面向基层、面向大众进行皮肤问题预防知识普及和健康教育的意识与能力；引导学生思考如何科学看待和评价中医皮肤科知识，探索在现代医学框架下取其精华、创新发展，推动中西医结合皮肤学的发展；在传授专业知识技能的同时，有效承载起立德树人根本任务，为培养新时代人民满意的人才奠定坚实基础。

7		市场调查与分析	以社会主义核心价值观为引领，将职业道德、社会责任与专业教学深度融合：通过“数据造假”“隐私保护”等案例分析诚信与法治意识；在调查实训中融入乡村振兴、绿色消费等国家战略议题，激发家国情怀；通过团队协作培养创新精神与集体责任感。在市场调查的实践中培养学生“没有调查就没有发言权”的求真意识、科学严谨的职业态度及社会责任感，实现知识传授与价值引领的深度融合。
1	专业核心课	化妆品门店管理	讨论如何营造尊重、包容、互助的门店团队文化；强调管理者应尊重员工权利、提供公平发展机会，员工应爱岗敬业；强调化妆品直接接触人体皮肤，门店管理者及员工对产品安全性和合法性负有重大责任；涉及产品溯源、有效期管理、不良反应上报等内容时，强化法律责任和道德担当；在门店陈列、营销推广中，挖掘并运用中国元素、中国故事来提升国货品牌的吸引力和文化内涵；通过系统性学习，将价值塑造、知识传授和能力培养融为一体，培养出德才兼备、具有高度社会责任感和文化自信的新时代化妆品门店管理人才。
2		人物化妆造型	展现不同年龄、民族、职业、身体特征人群独特魅力的优秀造型案例，引导学生理解美的多样性、包容性和主观性，强调健康、自信、个性才是美的核心基础；对比中西妆容文化差异，理解中国妆容的独特韵味与智慧；通过系统认识正确的审美观、深厚的文化底蕴、高尚的职业操守、强烈的社会责任感和时代使命感，培养出不仅“会化妆”，更能“化好时代之妆”“化出心灵之美”的德才兼备的优秀人才。

3		新媒体营销	结合“大数据杀熟”、过度索取权限、用户画像滥用等伦理问题，培养学生保护用户隐私的重要性，遵守相关法规，警惕数据泄露和滥用对国家、企业、个人安全的威胁；培养既掌握新媒体营销专业技能，又具有坚定理想信念、高尚职业道德、强烈社会责任感和家国情怀的数字营销人才；引导学生增强文化自信和家国情怀，能自觉运用新媒体传播正能量，讲好中国故事。
4		化妆品配方设计与制备	通过讲解配方设计原则、原料选择标准、生产工艺控制、产品稳定性与安全性评价，强调“精益求精、一丝不苟”的工匠精神；引导学生认识到化妆品关乎消费者健康与美丽，任何环节的疏忽都可能带来严重后果，培养对职业的敬畏感和责任心；培养技术过硬的专业人才，更能培养出有情怀、有担当、有格局的行业栋梁，为中国化妆品产业的健康、创新、可持续发展贡献力量。
5		化妆品品牌管理	结合国家《化妆品监督管理条例》等法规，引导学生深刻理解品牌的核心是诚信与责任，任何营销手段都不能逾越安全底线；通过讨论化妆品作为直接接触人体的特殊商品，强调其质量安全关乎消费者健康与生命安全。分析因产品质量问题、虚假宣传引发的品牌危机案例，警示后果，强化法律责任和道德底线意识；培养具有家国情怀、社会责任、诚信守法、文化自信、创新精神和国际视野的高素质化妆品行业品牌管理人才。
6		美容导师实务	以对企业目标的设定、企业类型的选择、企业战略规划的分析，培养学生艰苦奋斗、不懈努力的精神；引导学生认识美容服务行业在满足人民对美好生活的向往中的重要作用，摒弃职业偏见，增强职业自豪感和尊严感；培养具备高尚职业道德、深厚人文情怀、强烈法规意识和高度社会责任感的美容服务人才，为行业的规范、健康和可持续发展贡献力量。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排表

表五化妆品经营与管理专业教学进程安排表

化妆品经营与管理专业教学计划表（2025 版）

课程性质	课程属性	序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	计划学时			周学时						考核方式	主要教学场所	开课学院	是否课证融合
							总学时	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年					
										1	2	3	4	5	6				
公共必修课	公共必修课	1	MY20039	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	54	36	18		3					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否
		2	MY20041	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	36	18	18		2					考试	多媒体教室	马克思主义学院	否
		3	MY20040	思想道德与法治	B	3	54	36	18	3						考试	多媒体教室	马克思主义学院	否
		4	GJ24001	综合英语Ⅱ（1）	B	2	28	14	14	2						考试	多媒体教室	国际教育学院	是
		5	GJ204002	综合英语Ⅱ（2）	B	2	28	14	14		2					考试	多媒体教室	国际教育学院	否
		6	XX200106	信息技术	B	5	80	40	40		5					考试	实训室	信息工程学院	是
		7	WL20434	体育与健康（1）	C	2	28		28	2						考试	体育场	文化旅游学院	否
		8	WL20435	体育与健康（2）	C	2	36		36		2					考试	体育场	文化旅游学院	否

	9	WL20436	体育与健康（3）	C	2	36		36			2				考试	体育场	文化旅游学院	否
	10	WL20437	体育与健康（4）	C	2	36		36				2			考试	体育场	文化旅游学院	否
	11	CY20001	职业规划与就业指导	B	2	32	14	18	2						考试	多媒体教室	学生处	否
	12	CY20002	创业基础	B	2	36	18	18		2					考试	多媒体教室	学生处	否
	13	MY20003	心理健康教育	B	2	36	18	18		2					考试	多媒体教室	学生处	否
	14	MY20004	形势与政策（上）	A	1	48	48	0	1/3/5 学期 8 课时，集中授课						考查	多媒体教室	马克思主义学院	否
	15	MY20005	形势与政策（下）						2/4/6 学期 8 课时，集中授课						考查	多媒体教室	马克思主义学院	否
	16	WL20550	美育	B	2	36	34	2			2				考查	多媒体教室	文化旅游学院	否
	17	JW20012	大学生安全教育	B	1	60	30	30	每学期 10 课时						考查	多媒体教室	安保处	否
	18	MY20042	国家安全教育	B	1	16	8	8	2						考查	网课	马克思主义学院	否
	19	JW20010	国防教育	B	4	148	36	112	3 周						考试	户外场地	学生处	否
	20	JW20017	校内公益服务劳动实践（值周）	C	1	14		14		1 周					考试	学校	教务处、学生处	否
	21	JW20011	劳动专题教育必修课（线上线下融合）	B	1	16	8	8	1						考试	网课	教务处	否
小计					42	858	372	486	12	18	4	2						
公共选修	22	TS200501	人工智能基础	A	2	32	16	16			2				考查	网课	教务处	否
	23	WL20240	国学经典	B	2	32	16	16			2				考查	多媒体教室	文化旅游学院	否

		24	WL20260	中华优秀传统文化	B	2	32	16	16				2			考查	多媒体教室	文化旅游学院	否
		25	TS200011	大学语文	A	2	32	16	16				2			考查	网课	教务处	否
		小计				4	64	32	32	0	0	2	2	0	0				
	专业基础课	26	LT20001	市场营销基础	B	4	56	28	28	4						考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
		27	LT20100	连锁经营管理实务	B	2	28	14	14	2						考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
		28	LT20136	消费者行为分析	B	4	56	28	28	4						考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
		29	LT20126	化妆品基础	B	4	56	28	28	4						考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
		30	LT20014	管理学基础	B	2	32	16	16			2				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
		31	LT20093	皮肤学基础	B	4	56	28	28		4					考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
		32	LT20005	市场调查与分析	B	4	56	28	28			4				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
		小计				24	340	170	170	14	4	6	0	0	0				
	专业核心课	33	LT20090	化妆品门店管理	B	4	64	32	32				4			考试	多媒体教室	商贸流通学院	否
		34	LT20104	人物化妆造型	B	4	64	32	32		4					考试	多媒体教室	商贸流通学院	是
		35	LT20010	新媒体营销	B	4	64	32	32			4				考试	多媒体教室	商贸流通学院	否
		36	LT20097	化妆品配方设计与制备	B	4	56	28	28				4			考试	多媒体教室	商贸流通学院	否
		37	LT20122	化妆品品牌管理	B	4	64	32	32				4			考试	多媒体教室	商贸流通学院	否
		38	LT20123	美容导师实务	B	4	68	34	34				4			考试	多媒体教室	商贸流通学院	否

		小计				24	380	190	190	0	4	4	16	0	0			
专业拓展课	39	LT20109	商业文化与素养	B	2	32	16	16			2				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
	40	WL20452	形体训练	B	2	32	16	16			2				考查	多媒体教室	国际教育学院	否
	41	LT20095	美容基础	B	4	64	32	32			4				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
	42	LT20033	化妆品原料	B	4	64	32	32			4				考查	多媒体教室	商贸流通学院	是
	43	LT20017	职场初级实战	B	6	96	48	48			6				考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
	44	LT20067	直播营销与运营	B	4	64	32	32		4					考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
	45	LT20096	门店销售技巧	B	4	64	32	32		4					考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
	46	LT20103	数字营销技术应用	B	4	64	32	32				4			考查	多媒体教室	商贸流通学院	是
	47	LT20098	化妆品管理与法规	B	4	64	32	32				4			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
	48	LT20021	职场进阶实战	B	8	128	64	64				8			考查	多媒体教室	商贸流通学院	否
	小计				18	288	144	144	0	4	6	8	0	0				
综合实践课	49	JW20023	入学教育	C	1	16		16	1周						过程性考核	校内	各二级学院	
	50	JW20024	毕业教育	C	1	16		16						1周	过程性考核	企业实训基地	各二级学院	
	51	JW20013	专业技能综合实训	C	8	160		160					8周		过程性考核	企业实训基地	教务处	否
	52	JW20014	岗位实习（1）	C	10	200		200					10周		过程性考核	企业实训基地	教务处	否
	53	JW20015	毕业实践报告	C	4	80		80						4周	过程性考核	企业及学校	教务处	否

		54	JW20016	岗位实习（2）	C	14	280		280					14周	过程性考核	企业实训基地	教务处	否
		55	SXLT021	职业认知实训 I	C	不计学分	不占学时			参观讲座					考查	企业	商贸流通学院	否
		56	SXLT022	职业认知实训 II	C		不占学时			参观讲座					考查	企业	商贸流通学院	否
		57	SXLT031	人物造型设计实训	C	1	30	10	20		1周				考查	企业	商贸流通学院	否
		58	SXLT032	美容技能专业实训	C	1	30	10	20			1周			考查	企业	商贸流通学院	否
		59	SXLT0033	美甲美睫实训	C	1	30	10	20				1周		考查	企业	商贸流通学院	否
		小计				41	842	30	812	0	0	0	0	18周	19周			
总学分、总学时合计						153	2772	938	1834	26	30	22	28	18周	19周			

1. 课程代码：以教学管理系统中的代码为准。
2. 课程类型：填 A 类（纯理论）、B 类（理论+实践）、C 类（实践）。
3. 学分：每 16-18 学时为 1 学分计，课程学时数以 16-18 学时的整数倍或 0.5 倍数确定。以周为单位的实践必修课，按每 1 学分 30 学时计算。
4. 主要教学场所：指多媒体教室、普通教室、实训室名称、校内外实训基地等。
5. 每学期 20 周，其中第一学期三周集中军训。选修课可设限定选修课。
6. 素质拓展需修满 10 分方可毕业，具体实施工作由学生处负责。

(二) 各类课程学时分配

表六化妆品经营与管理专业理论教学与实践教学学时比例表

项目		学时数	占总学时的比例
理论教学学时数		938	33.8%
实践教学学时数	课内实践教学学时数	1114	66.2%
	职业综合技能训练	160	
	岗位实习	480	
	毕业实践/设计报告	80	
	合计	1834	
总学时		2772	100%

表七化妆品经营与管理专业学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
必修	公共基础必修课	21	858	30.95%
	专业基础课	7	340	12.27%
	专业核心课	6	380	13.7%
	综合实践课	11	842	30.38%
选修	专业拓展课	10	288	10.39%
	公共基础选修课	4	64	2.3%
合计		59	2772	100%

表八化妆品经营与管理专业公共基础课程学时表

课程类别	课程模块	课程门数	学时数	所占比例
公共基础课	公共基础必修课	21	858	30.95%
	公共基础选修课	4	64	2.33%
合计占总学时				32.63%

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

打造校企融合的师资团队，建立校企双方师资互聘机制，构建以教研室为核心的校企融合的“双导师”协同教学团队，主要包括专任教师、兼职教师和企业导师。

1. 专任教师要求具有良好的师德，爱岗敬业，为人师表、遵纪守法；具有化妆品技术与工程、化妆品科学与技术等相关专业本科及以上学历；具有高校教师资格和本专业职业资格或技能等级证书；具有扎实的商业经营管理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；积极参与企业实践，每五年累计不少于6个月的企业实践经历；

2. 专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、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，实际教学设计，专业能力较强，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。

3. 兼职教师要求具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；具有丰富实践经验的技术人员、企业管理人员；具有较高的专业素养和技能水平；能承担课程和实训教学、实习指导等专业教学任务。

4. 企业导师要高度认同企业文化，并以传承社会主义核心价值观和企业价值观为己任；能够较好遵守职业道德规范、具有乐为人梯的奉献精神和使命感，以身作则，为人师表；工作认真负责，善于表达沟通、具备言传身教的能力，德才兼备；具备三年以上相应岗位工作经历，具备良好的职业技能和职业素养；思想作风过硬，为人和气，肯于助人为乐，敢于严格要求，善于传帮带；有能力对学徒（学生）进行工作指导、帮助、督促、检查，制定合理的培养计划，安排相应的工作任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 专业教室应达到的基本条件：专业教室应配置满足信息化教学基本需要的教学硬件和软件，包括配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或环境，以及化妆品经营与管理专业相关的教学软件等，并具有网络安全防护措施。

2. 校内实训室（基地）应达到的基本要求：需营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机1—6人/台、路由器、常用办公软件、讨论工位。配备交换机、服务器、无线路由器、化妆品业务相关实训软件。支持本专业核心

课程教学以及化妆品认知实训、单项技能实训、综合实训。

3. 校外实训基地应达到的基本要求：能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。保障专业实践教学、岗位实习等教学活动的实施，提供教师企业实践和挂职锻炼岗位等。

4. 学生实习基地应达到的基本要求：能够提供化妆品销售、化妆品采购、化妆品检验、化妆品安全管理、化妆品制备技术等相关实习岗位，能够涵盖当前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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全保险保障配备；相应数量的企业指导教师对学生实习进行管理；基地符合安全法律法规要求，有为学生提供实习期间保险的能力。

5. 支持信息化教学方面的基本要求：构建满足信息化教学的网络化多媒体教学环境，利用智慧职教等网络教学平台，进行网络课程和专业资源库建设，为学生搭建自主、便捷的学习平台。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字资源等。

1. 教材选用有关基本要求：规范教材选用制度，符合专业人才培养目标及课程教学要求，体现职业教育特色，优先选用国家或省级规划教材、全国商业行指委推荐教材；优先选用教学资源库配套教材；优先选用近三年出版的新教材；优先选用国家级、省部级获奖教材。

2. 图书配备有关基本要求：图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关化妆品以及市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字资源配备有关基本要求：应包括专业文献、音视频资料、电子教材、教辅材料、教学课件、案例库、行业政策法规资料、职业考评、就业创业信息等，形式多样、使用便捷、动态更新。

（四）教学方法

主要采用以下几种教学法：

案例式教学：研究并制定采用案例式教学的教学计划及课程标准，完善课程教学中的电子文档。

现场教学：走出课堂，带领学生到各现场教学，使学生即学即用，开阔了视野，了解了企业实际运营，激发学生的学习兴趣，这是传统教学方式远远不及的。

项目驱动：教师以一个个真实项目作为主线展开课程，把相关的知识点融入项目的各个环节中去，层层推进项目。

对不同内容、不同的难易程度，本专业教师采用灵活多样的教学方法，如案例教学、联想教学、实验教学法等。在学习过程中设置与企业一致的工作步骤及要求（场地、设备与组织管理）。

（五）学习评价

本专业积极推进课程教学评价体系改革，突出能力考核评价方式，建立由形式多样化的课程考核形式组成的评价体系，积极吸纳行业企业和社会参与学生的

考核评价，通过多样式的考核方式，实现对学生专业技能及岗位技能的综合素质评价，激发学生自主性学习，鼓励学生的个性发展以及培养其创新意识和创造能力，更有利于培养学生的职业能力。

所有必修课和学生选定的选修课及综合实训等均在教学过程中或完成教学目标时进行知识和技能考核，合格者取得该课程学分。

评价体系包括：笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、技能竞赛等多种考核方式。每门课程评价根据课程的不同特点，采用其中一种或多种考核方式相结合的形式进行。

1. 笔试：适用于理论性比较强的课程。考核成绩采用百分制，该门课程不合格，不能取得相应学分，由专业教师组织考核。

2. 实践技能考核：适用于实践性比较强的课程。技能考核应根据应聘岗位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织考核。

3. 项目实施技能考核：综合项目实训课程主要是通过项目开展的，课程考核旨在评价学生综合专业技能掌握的情况及工作态度及团队合作能力，因而通常采取项目实施过程考核与实践技能考核相结合进行综合评价，由专兼职教师共同组织考核。

4. 岗位绩效考核：在企业中开设的课程，如岗位实习等，由企业与企业进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

5. 技能竞赛：积极参加国家、省各有关部门及学院组织的各项专业技能竞赛，根据竞赛所取得的成绩作为学生评价标准，并计入学生自主学习学分。

（六）质量管理

教学管理工作是在主管院长领导下，实行学校、二级学院两级负责，学院是教学管理的主体力量，主要通过以下形式：

1. 建立教学管理组织协调系统，专业教研室配合教务处、二级学院对日常课堂教学及教学建设工作进行管理和监控，及时解决教学中出现的问题；
2. 学院督导系统，聘请有丰富教学和教学管理经验的老教师、实现助教、督学、督管；
3. 同行教师评价系统，由二级学院进行主讲教师的聘任，教师试讲和教学效果评价工作；
4. 教学信息员、网络教务反馈系统，获取教学信息。

为达到全面控制教学过程，提高教学质量的目的，进行课堂教学检查时，各类检查人员应填写相应的评估表和反馈表，及时对评估表和反馈表进行统计处理，将结果反馈给教师所在教研室，并以适当的方式反馈给教师。每学期以二级学院为单位，综合各种渠道的检查和反馈结果，采取先定量后定性的办法，对所有任课教师的教学效果和质量进行评价。评价结果经学院审核后结果存入教师教学档案，作为教师晋职、评优的重要依据。每学期学院教务处对教学质量方面存在的共性问题采取多种形式，对存在的个性问题以座谈会、个别交流、文字材料等形式进行，促进教学效果有效提升。

九、毕业要求

（一）学时要求

需完成学时 2772 学时。

（二）学分要求

需完成 153 学分。

1. 根据学校《大学生素质拓展学分管理办法（试行）》规定，可予以相应认定。
2. 参加全国大学生市场调查与分析大赛三等奖及以上的成绩，可以替换《市场调查与分析》课程的学分。
3. 取得本专业 1+X 证书制度试点范围内的职业技能等级证书，可转换相应课程学分，最多可转换两门课程的学分。
4. 职业教育国家“学分银行”试点中，个人学习账号登记和存储学习成果。
5. 其他经专业教学指导委员会认定可转换学分的相关条件。

表九证书与学历专业（课程）之间的转换规则表

赛事/证书名称	获奖登记/ 证书等级	颁证机构	可替代课程名称	课程 学分
新媒体技术	中级	南京奥派信息产业股份有限公司	新媒体营销	4
数字营销技术应用	中级	中教畅享（北京）科技有限公司	数字营销技术应用	4
人物化妆造型	中级	北京色彩时代商贸有限公司	人物化妆造型	4
全国大学生市场调查与分析大赛	三等奖及以上	中国统计学会	市场调查与分析	4

（三）证书要求

表十化妆品经营与管理专业各资格证书一览表

序号	考核项目	等级要求	考核发证部门	考核学期	类型	
					必考	鼓励
1	高等学校英语应用能力考试	B 级	高等学校英语应用能力考试委员会	1	√	
2	全国高等学校(安徽考区)计算机水平考试	一级	安徽省教育厅计算机水平考试	2	√	
3	数字营销技术应用	中级	中教畅享(北京)科技有限公司	4		√
4	新媒体技术	中级	南京奥派信息产业股份公司	3		√
5	普通话水平测试等级证书	二级乙等	国家语委普通话与文字应用培训测试中心	3-4		√

十、方案编制人员信息表

表十一化妆品经营与管理专业人才培养方案编制人员信息表

二级学院	商贸流通学院	教研室	连锁物流	教研室主任	**	专业带头人	**
参与人员	编制者	姓名	职务	职称	工作单位	职责分工	备注
	学院教师	**	二级学院院长	教授	本校	修订调研、统筹指导	修订主持人
		**	教研室副主任	讲师	本校	修订调研、执笔	主执笔人
		**	教研室主任	讲师	本校	课程体系、课程思政建设	
		**		助教	本校		
		**		讲师	本校		
	行业企业专家	**	人事经理		上海**生物科技有限公司	人才需求、人才培养规格	
		**	人力资源总经理		合肥**贸易有限公司	人才需求、人才培养规格	
		**	人力资源总经理		江苏**文化传播有限公司	人才需求、人才培养规格	

十一、附录

安徽****学院专业人才培养方案变更申请表

学院：填表日期：年月日

专业名称		年级	
更改前后信息对照			
更改前		更改后	
课程名称		课程名称	
开课学期		开课学期	
开课学院		开课学院	
学分		学分	
周课时		周课时	
总课时		总课时	
考核方式		考核方式	
更改原因			
教研室 主任 审批意见		学院领导 审批意见	
教务处处长 审批意见		分管校领导 审批意见	