

三明医学科技职业学院
公共文化服务与管理专业人才培养方案
2022 级（三年制）

经济与管理 系

二〇二二年六月

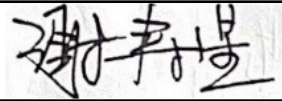
编制说明

本专业人才培养方案适用于 2022 年全日制高职专业，由经济与管理系商贸教研室与三明三钢闽光文旅集团、泉州天籁时空文化传播有限公司、锦绣庄民间艺术园、花火(厦门)文化传播股份有限公司、三歌文化传媒有限公司等共同制订，于 2022 年 5 月，经济与管理系公共文化服务与管理专业指导委员会专家评审论证后报给教务处。2022 年 6 月学院组织两委会进行了评审，提出了评审及修改意见，根据专家评审意见进行了修改，形成此稿，与 2022 年 6 月 30 日经校党委会审议通过。

主要编制人：

单位	姓名	职务/职称
三明三钢闽光文旅集团	郑碧玉	部长
泉州天籁时空文化传统有限公司	吕聪伟	总经理
锦绣庄民间艺术园	曾焕强	总经理
三歌文化传媒有限公司	董桂贤	总经理
三明医学科技职业学院	黄琳	专业带头人/副教授
三明医学科技职业学院	谢寿星	经济与管理系系主任
三明医学科技职业学院	郑祥升	经济与管理系副书记

审核人：

审核人	职务	姓名（签名）
谢寿星	经济与管理系主任	
戴贵龙	经济与管理系副主任	

2022 级公共文化服务与管理专业人才培养方案

【专业名称】 公共文化服务与管理

【专业代码】 550403

【学 制】 全日制，3 年，最长不超过 5 年。

【招生对象】 普通高中、中专、技校及职高等毕业生

【简史与特色】 公共文化服务与管理专业从 2020 年起开始招生。公共文化服务与管理是一个新兴专业，伴随着服务类产业的崛起而产生。本专业以国家对高职高专教育的要求为指导，围绕公共文化事业发展的需求，面向公共文化服务机构、社区、非政府组织及基层文化服务中心等领域，培养从事公共文化活动宣传策划、文化项目管理执行、公共文化志愿者服务与管理等活动，满足公共文化企事业单位的策划部、公众服务部、综合办公室以及基层文化服务中心等相关部门的文化调研、文化项目宣传、策划及执行、社区文化服务与管理等岗位需要的技术技能人才。

一、专业介绍与人才培养方案说明

（一）专业背景

本专业根据文化艺术行业岗位能力要求，依托学院办学特色与资源优势，围绕宣传推广、文化创意和策划组织等专业核心能力设置人才培养方案，培养具有宽阔的文化视野和现代文化艺术管理理念、技能与方法，具备较强决策以及沟通表达能力，具备较强社会调研和信息处理能力，能在政府文化管理部门、文化企事业单位从事文化管理与经营等工作的应用型专门人才。

（二）专业发展历程与特色

公共文化服务与管理于 2020 年开始招生，为三明医学科技职业学院新兴专业，该专业建设始终与社会需求紧密结合，以社会和企业需求为专业建设导向，贯彻实施“实境、实体、实战”的人才培养模式。

2021 年 3 月参加福建省“中华茶艺”职业技能大赛获得三等奖。

2021 年 12 月参加福建省“中华茶艺”职业技能大赛获得二等奖。

公共文化服务与管理专业实行“学做互动推进，技能递进提升”的专业人才培养模式，其中“学”代表专业知识学习，“做”代表专业技能实训，即结合公共文化岗位的知识与技能需求设置专业课程体系，通过学做互动推进，使学生的中小企业创业与经营水平由浅入深、循序渐进，从基本技能实训到仿真综合实训，再到就业岗位见习。

（三）人才培养方案说明

公共文化服务与管理专业的毕业人才必备知识包括：掌握思想政治理论、科学文化基础知识、中华优秀传统文化知识和三明地域文化，能阅读和观摩古今中外的优秀作品，文学艺术史知识文艺理论常识、以及文化学、文化管理学等知识关注新技术、新业态、新模式、创新创业

相关知识等。同时，还需具备沟通能力、协调组织能力和良好的社交能力，能够把基层文化管理活动参与者的积极性、创造性充分调动起来。

公共文化专业设计了《公共文化服务与管理专业人才需求与人才培养调查问卷》重点了解了企业的主要业务、专业相关岗位（群）、职业岗位（群）需求能力等，对典型工作任务和职业基本能力做了调研。通过调研，充分了解了三明乃至福建省对本专业人才需求状况，确定了本专业面向的岗位群和岗位群职业能力，并对职业能力进行分析，构建专业课程体系。经专业教学指导委员会组织专家进行了评审，提出了评审及修改意见，根据专家评审意见进行了修改，形成此稿。

（四）人才培养方案设计理念

认真学习领会国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知（职教 20 条）、教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见、高等学校课程思政建设指导纲要、中共中央办公厅国务院办公厅印发关于推动现代职业教育高质量发展的意见，贯彻落实职业教育实现 5 个对接：“服务经济社会发展和人的全面发展，推动专业设置与产业需求对接，课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，毕业证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习对接”的指导思想，设计 2022 级公共文化服务与管理专业人才培养方案。

（五）主要衔接专业

序号	层次	专业大类	专业名称	专业代码
1	中职	教育类	幼儿保育	770101
2	中职	财经商贸	会展服务与管理	740106
3	本科	工商管理	市场营销	330602
4	本科	工商管理	工商管理	120201K

二、职业面向

- 1、初始岗位：图书馆、博物馆、县文化馆、乡镇文化站、社区文化点担任文化管理员、助理管理员、馆苑工作等岗位。
- 2、相近岗位：文化传媒广告公司、广播电视、新闻出版、旅游、艺术演出、文化贸易与投资企事业宣传策划岗位
- 3、发展岗位：政府文化管理部门担任馆长、部长，公共文化事业单位和文化产业各个行业宣传策划总监、自主创业。

本专业职业面向如下表：

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别或 技术领域举例	职业资格证书和 职业技能等级证书
文化艺术大类	文化服务类	文化管理 (87)	其他新闻出版、文化工	文化管理； 管苑管理；	自媒体运营（1+X）、 普通话证书

(65)	(6504)		作人员 (2-12-99)	宣传服务； 策划管理； 项目管理； 产品开发。	
------	--------	--	------------------	----------------------------------	--

三、培养目标

本专业培养具有良好的思想道德修养和身心素质，较高的人文素养和艺术素养，较高的专业水平和较强的学习能力，德、智、体、美、劳全面发展，熟练掌握基层文化行政管理和文化企业经营管理的专业知识，具有较强的群众文化管理、辅导能力，沟通协调能力、创新能力和相关专业特长，培养能够在基层文化企事业单位、基层文化行政管理部门和社区文化服务等方面，从事文化产业经营管理、文化产品（活动）开发与指导能力的、具有相应专业技能、适应当前经济社会发展、具有创新精神和实践能力的高素质技术技能人才。

四、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

（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、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一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；
- 6、具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

（二）知识

- 1、掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识、中华优秀传统文化知识和三明地域文化知识。
- 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、掌握计算机应用、网络技术的基本理论，创新创业的基本理论知识。
- 4、掌握公共文化理论、市场调研、分析和营销的工具和方法。
- 5、掌握基本的管理和经济理论知识。

- 6、掌握人力资源管理理论、团队建设、管理、考核和激励的方法与工具。
- 7、掌握新兴产业分析与预测、品牌塑造和战略管理的理论知识。
- 8、掌握项目运营、企业创办、文化商业模式和产品设计的能力。

（三）能力

1、熟悉文化企业团队建设管理现状，分析团队管理的特点，掌握知识型企业的人本管理、知识型员工职业生涯管理、区域性中小企业的人力资源管理、中小企业培训体系的优化能力，善于领导和管理团队；

2、沟通能力、协调组织能力和良好的社交能力。组织能力：能够把基层文化管理活动参与者的积极性、创造性充分调动起来；

3 示范能力：有较强的专业技术和示范能力，通晓各种群众文化活动的艺术形式，能够比较熟练地运用专业特长，为广大群众服务，以适应广大群众不断增长的娱乐、审美等文化需要；

4、文字能力：较好的文字功底和文字稿件的编写能力；

5、熟悉中文化营销管理概念，熟练拟订工作计划与决策，熟练分析与设计组织管理架构，具备创新管理能力，能够敏锐的判断市场，会快速的做出市场营销策略，会妥善管理客户关系；

6、熟悉并掌握文化企业战略管理中所涉及的战略分析、总体战略、竞争战略、主要职能战略、战略实施与控制系列问题，掌握中小企业战略分析管理能力；

7、熟悉文化企业生产与运作战略、供应链管理、流程设计、服务运作、信息技术应用等现代生产与运作管理的新知识，熟悉生产与运作管理，设计产品并进行运营管理；

五、课程设置与要求

（一）公共基础课模块

本专业公共基础课程是培养学生人文素质、职业素质、思想道德、人文基础、沟通交流及职业自我发展能力的课程。公共基础课程在高素质技术技能人才的培养过程中具有重要的基础和奠基作用，基本素质课程不仅承担着学生思想教育、基础知识、基本技能的培养，还承担着打造学生人文科学素养、身心素质等可持续发展性能力的任务，学生职业技能的形成、就业竞争力的提高密切相关，开设的课程主要包括：毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势与政策、四史、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、英语、信息技术、体育、大学生健康教育、创新创业教育与职业生涯规划、大学生就业指导、高等数学、大学语文、劳动教育、书法等课程，有机融入课程思政教学理念。建议采用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法。采用探索多元、多维、增值等评价方式对学生进行考核评价，健

全多元化考核评价体系,完善学生学习过程监测、评价与反馈机制,引导学生自我管理、主动学习,提高学习效率。

(二) 专业(技能)课模块

本专业专业(技能)课程是培养学生人文素质、职业素质、思想道德、人文基础、沟通交流及职业自我发展能力的课程。

1. 专业基础课程

本专业的专业基础课程主要包括管理学原理、经济学基础、管理心理学、电子商务基础、商务谈判、语言正音与技巧、公共关系等课程组成。

2. 专业核心课程

本专业的专业核心课程主要学习内容如下表。

序号	专业核心课程名称	知识目标	能力目标	素质目标
1	新媒体写作与运营	本课程使学生了解新媒体运营的本质,在项目的实践过程中激发学生的创新意识。	以提高学生在新媒体实际运营中分析问题和解决问题的能力。	创新思维
2	文化产业概论	本课程的学习建立文化产业的观念,了解文化产业的发展现状,较熟练地掌握艺术文化鉴赏能力,文化行业的观察和把握能力	掌握文化项目的创意、策划和经营能力,文化项目和企业的管理能力和团队协作能力	文化产业观念
3	文化政策与法规	本课程使学生了解文化产业的有关法律法规,加强对文化产业法律的执行和保障	培养学生认识和分析相关法律问题和案例的能力	具备文化产业发展理念
4	文化项目策划与管理	本课程从文化产业的要素、特性以及内在规律入手,系统而深入地分析讨论了文化产业项目策划的基本要素原理、主要流程以及实践方法,同时对于文化产业项目的可行性评估、策划方案撰写、开发及策划进行了详实地探讨	从文化产业理论和实践紧密结合的视域,培养学生清晰把握文化产业项目运作过程的能力	达到知行合一、学以致用目标。
5	文化经纪理论与实务	本课程通过讲授文化经纪人的基本概念职责和功能素质入手,进一步阐述文化经纪人的管理、文化经纪人和文化市场的关系等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容。	从宏观上对经纪人与文化市场及文化产业发展的关系、文化经纪人的基本素质等一系列问题有较为系统的掌握。	具备两会的职业素养
6	文化市场营销	本课程是以文化企业为中心,以满足文化消费者的需求为出发点,以文化产品的营销规划、价格制定、渠道扩散、销售促进为主要内容,研究文化企业如何把文化产品与文化服务有效地送达文化消费者的全部过程的学科。	掌握如何将文化产品与文化服务有效地送达文化消费者的能力	具备文化运营理念和思维
7	文化资源概论	本课程以公关工作流程为主线,重点介绍了以公共关系认知、内部关系的协调、外部关系的把握、危机公关管理、公关专题活动开展等基本知识	掌握公关关系的原理、实务与技巧的运用。	提升学生公共关系处理能力
8	大众传媒管理	本课程从传播学的基本理论入手,引导学生逐步深入地了解大众传媒的特点、作用,特别是让学生掌握大众传媒的多种运用方式	让学生掌握大众传播在管理中的运用。	培养学生探究学习、分析问题和解决问题的能力

(三) 专业拓展课程

本类课程侧重于岗位职业能力的提升及培养学生的可持续发展能力。专业拓展课程为选修

课程，学生可根据自己职业发展规划及个人兴趣进行选修。主要有影视剪辑基础、节目主持、茶艺基础、建筑艺术赏析、新媒体营销、旅游民俗文化、音乐基础。

(四) 实践教学环节

实践教学环节主要包括实验、实训、认知实习、岗位实习、社会实践等。实践教学环节主要在校内实训室、校外实训基地等开展完成；社会实践、岗位实习由学校组织在本专业相关企业开展完成。严格执行教育部等八部门关于印发《职业学校学生实习管理规定》的通知和《公共文化服务与管理专业岗位实习标准》。具体实践性教学环节要求如下表。

序号	课程名称	内容与要求	学期	学时	教学场地	考核
1	市场调研实训	重点培养学生四大基本能力：市场认识能力、调查设计能力、调查资料处理与分析能力、调查报告撰写能力。实现从认识——设计——实施——运用的一体化训练。	4	26	学校	过程性考核+总结性评价
2	企业经营模拟沙盘实训	掌握企业经营模拟流程，在模拟操作中熟悉企业运营的整体流程，提高学生企业管理素养。	2	26	学校	过程性考核+总结性评价
3	电子商务模拟仿真实训	掌握模拟电商软件的运营流程，在操作中加深对电子商务的基本概念和理论的理解，从而提高学生的综合职业能力。	4	26	学校	过程性考核+总结性评价
4	公共礼仪实训	介绍个人礼仪、会面礼仪、位次礼仪、餐饮礼仪、政务礼仪、销售礼仪、会务礼仪、仪典礼仪、服务礼仪、外事礼仪、求职面试礼仪等，让学生掌握接人待物的礼仪技巧。	3	26	学校	过程性考核+总结性评价
5	多岗位综合实训	以市场营销知识为基础，以市场营销专业技能为要求，进行以市场营销工作岗位应用为目的的真实岗位实训。	5	52	学校	过程性考核+总结性评价
6	项目路演实训	根据真实竞赛项目准备和训练路演技巧	5	26	学校	过程性考核+总结性评价
7	创新创业实训	依据职业发展需要或个人兴趣创新创业实创，在专、兼教师指导下，以专业技术的实际应用来开展创新创业实创，通过小组合作完成一个创新创业项目来实现。	5	26	学校	过程性考核+总结性评价
8	岗位实习	分散到合作企业根据公共文化岗位实习任务展开岗位实习	6	360	企业	校内导师+企业指导老师共同评价

(五) 教学方法

1、关于理论课教学内容

组织教学必须紧扣培养目标，贯彻理论与实践并举，教学、生产、服务相结合的原则。加强基础课，提高学生深造和就业适应性。低年级主要开设基础课及专业基础课，理论联系实际，注重内容的实用性，强调基础知识够用的原则。在教学实施中，学完基础知识模块后再学习专业知识模块，专业知识模块对应不同的就业岗位，一环紧接着下一环，最后完成从基础知识到工作岗位所需专业知识。

2、关于实践课

以“机制先导、教学主导、专训辅导、实践引导”为路径，以“创新创业积分转化学分”为方法，学生按照创业项目的类别和性质自由选择团队成员组建团队，在团队协作下完成学习任务并通过考核。以“校园文化品牌+社团活动”、“培训+考证”、“技能+比赛”等为载体，培育种子项目、培训方法、提高学生创业综合素质和能力，转化提升创新创业项目。

3、关于产学结合的培养途径

以“产业区”为孵化载体，提供“精英层”学生课程实战及项目孵化的“一站式、全方位”服务，通过项目实现孵化落地。

(六) 学习评价

1.结合培养目标与专业特色，把知识评分标准与能力检测标准有机结合起来。根据学校的办学特色和培养目标的要求，将传统的命题标准、知识评分标准与能力检测标准有机结合起来，在全面考核过程中，引导学生把精力更多地用在强化动手能力和提高专业技能方面。如安排的考证课程、实践教学课程教学实行的是“与中小企业的岗位能力要求相结合”的开放式教学模式，理论与实践一体化。通过讲授、实训、实创三位一体的教学方法，实现教、学、创一体化。

2.结合学生的个性特点选择不同考核方式，充分挖掘个人优势和特长，注重评价的发展性。在制定培养方案及授课计划的过程中，在很多方面和层次上要考虑到因材施教和学生个性发展的问题，就是因材施教，鼓励学生个性发展。本专业的做法是结合学生的个性特点选择不同考核方式，充分挖掘个人优势和特长，注重评价的发展性。

3.结合高职院校考试评价改革的要求，教师改革教育思想，提高自身素质。体现素质教育的教学改革，相对弱化了考试的评价功能，强化了考试的信息反馈和分析判断功能，使考试成为因材施教的调节手段。高职院校的考试改革要求教师依据考试信息，及时调整、设计和改进教育教学工作，不断更新教学观念、知识结构和教学方法。

4.结合学生实践能力训练,做到理论与实践统一，应特别突出对学生实践能力的考核。学生实践能力的考核中所涉及的理论的点与面要体现“必须与够用”的原则，考核内容要重基础、重覆盖面、重学生对基础知识的灵活掌握；“运用与实践”部分重基本方法和基本原理的掌握运用；与学生职业能力形成无直接关系的内容不纳入考核范围；提倡学生通过参加各种认证考试取得相关职业资格证书或能力等级证书；“以人为本”，正确对待学生学习中的强项与弱项，在教学考核机制上给学生扬长避短的机会。

5.结合社会实践的要求，注重实习实训考评，突出强调学生的实际动手能力的培养和提高

。学生在校期间提高实践动手能力的重要途径就是增加学生的社会实践活动次数，通过岗位实习，使学生深入到社会生活“第一线”，深入到企事业单位去锻炼和提高自己。

六、教学进程总体安排

(一) 教学进程表 (见附件)

(二) 学时分配表

课程类别	学时			学分	学时比例	备注
	总学时	理论学时	实践学时			
公共基础课	742	563	179	50.5	27.36%	公共基础课学时占比超过 1/4
其中: 公共选修课	136	108	28	8.5	5.02%	
专业(技能)课程	972	646	326	58	35.84%	
专业拓展课程	250	107	143	16	9.22%	
实践教学环节	748	0	748	30	27.58%	
其中:选修课程	390	247	143	24.5	14.38%	选修学时占比超过 10%
合 计	2712	1316	1396	154.5	100%	实践学时占比 51.47%

七、大学生德育课程

学生德育课程成绩由学生处具体负责考评办法的制定、完善和实施指导。德育课程成绩由学生处负责考核评定，学生德育课程以学期为单位，每学期测评一次，学生德育课程满分为 100 分，及格分为 60 分。

八、成绩考核与毕业

(一) 修完规定课程，成绩合格，修够 137.5 学分。

(二) 获取的基本能力证书的要求：在校期间取得全国计算机等级考试证书，鼓励学生自愿考取 1+X 证书。

序号	类别	证书名称	颁证单位	等级	备注
1	基本能力证书	全国计算机等级考试	教育部考试中心	一级	必考
2	1+X证书	自媒体运营职业技能等级证书	字节跳动有限公司	中级	自选
3	普通话证书	普通话等级证书	省（直辖市）级语言文字工作委员会	中级	自选

(三) 工作经历证书的要求：学生在校学习期间，需要自选在 2 个冬季学期、2 个夏季学期参与社会实践与企业实习，按要求填写工作经历证书。

(四) 体质健康测试达标：按照《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》测试的成绩达不到 50 分者按结业或肄业处理。符合免测条件、按规定提交免测申请并获得批准者不受本条毕业资格的限制。

(五) 德育合格：学生处规定的德育课程成绩合格，没有处分，或者处分已经撤销。

九、教学条件

(一) 教学团队建设

1. 专业指导委员会

序号	姓 名	性别	单 位	职 称	职 务
1	黄琳	女	三明医学科技职业学院	负责人/副教授	主任
2	谢寿新	男	三明医学科技职业学院	经管系系主任/ 教授	委员
2	郑祥升	男	三明医学科技职业学院	经管系副书记/ 副教授	委员
3	郑碧玉	女	三钢闽光文旅集团	部长	委员
4	吕聪伟	男	锦绣庄民间艺术园	总经理	委员
5	曾焕强	男	泉州天籁时空文化传播有限公司	总经理	委员
6	童桂贤	男	三明三歌文化传媒有限公司	总经理	委员

2. 专业负责人简介

公共文化服务与管理专业专业带头人具有副教授职称，具有双师素质，能够较好地把握国内外行业发展，能够广泛联系行业企业，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。

3. 专业教学团队

公共文化专业教研室现有教师 15 人，承担专业建设及教学工作。教师团队中教授 1 人，副教授 4 人，硕士占比 56%，高级职称占比 26%，教研室不断加强制度建设，规范教研活动，丰富教研形式，展现出强大生命力和创造力。团队中教师党员 7 人，充分发挥党员模范作用，吃苦在前，勇挑重担，努力形成健康向上，团结协作，争先创优的团队文化。

(二) 教学设施

1. 专业教室

配备黑（白）板、多媒体计算机、视频设备、音响设备、校园网接入及 WIFI；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。

2. 校内实验、实训设施

序号	名称	实验、实训设施	备注
----	----	---------	----

序号	名称	实验、实训设施	备注
1	企业经营模拟实训室	企业经营模拟沙盘软件	
2	电子商务实训室	电子商务仿真模拟实训	
3	跨专业多岗位生产性实训基地	多岗位综合实训	
4	智慧物流实训室	市场调研实训、商业计划文案策划实训	
5	电子商务产业学院、创业园	项目路演实训、客服实训	

3.校外实训基地

序号	企业名称	实训项目	备注
1	三钢闽光文旅集团	讲解员岗位实训、文化宣传策划岗位实训、行政管理岗位实训、产品设计岗位实训	

(三)教学资源

1.教材建设，已成立《学校教材选用委员会》，经济与管理系也制定了《经管学院教材选用管理暂行办法》，意识形态课程选用国家统编教材，其它公共基础课程，专业核心课程选用国家职业教育规划教材；公共选修课程、专业（技能）课程、专业方向课程可采用校本教材。专业核心课程原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录《职业教育国家规划教材书目》中选用，且要求选用近三至五年出版的新版修订教材，选用目录外教材要说明选用理由。教材选用应保持相对连续性，不得因任课教师临时变动或其它原因随意更换，教材选用还应考虑学生经济承受能力，杜绝选用包销质劣的教材。

专业课的教材在同类教材中优先选用国家级规划教材、国家教学资源库及省部级教学资源库教材、教育部行业职业教育教学指导委员会推荐教材、全国百佳出版社出版的规划教材、各级各类精品教材、获奖教材等，且应选用近三年出版的新教材或修订版教材。对未有上述类教材的课程可选用国家职业资格证书、“1+X”证书等培训教材或经相关组织机构审核认定的校本教材，不得以岗位培训教材取代专业课程教材。

2.课程建设：（1）支持线上教学，充分利用学校开设的精品在线开放课程网络平台，精品在线开放课程的教学标准、教案、课件、习题、技能指导、参考文献目录等线上资源，实现优质教学资源共享，带动课程的建设。同时教学过程应该积极使用超星学习通网络课件系统；

（2）课程数字资源门数、资源个数和容量等配备教学资，必修课程、专业核心在专业资源库、学习通平台、智慧职教平台上有配套数字资源，课程思政全覆盖。

十、质量保障

（一）学校和二级院系已建立专业建设和教学过程质量监控机制，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。

(二) 学校和二级院系及专业已完善教学管理机制, 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。

(三) 学校已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, 定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

(四) 商贸教研部将充分利用评价分析结果有效改进专业教学, 持续提高人才培养质量。为保证培养规格, 促使教学效果达到专业教学标准及课程质量标准所规定的要求, 对教学过程和效果进行指导、控制的活动。学生在学习阶段主要依据教学三维目标的分解、具体化, 进行教学质量检查和管理, 对照比较, 发现问题, 改进教学, 进行教学质量分析, 找出解决或改进教学的路线和方法。对毕业生就业进行跟踪调查, 对用人单位进行调查访问, 依据分析结果, 反馈教学质量控制, 实施改进措施

附表：公共文化服务与管理专业教学进程表

课 类	序 号	课 程 名 称	性 质	学 分	学 时	学时分配		学 年 及 学 期 周 学 时 数						备 注	
						理论 教学	实践 教学	一		二		三			
								1	2	3	4	5	6		
公 共 基 础 课	思 政 课	1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必/试	2	32	28	4	2						
		2	思想道德与法治	必/试	3	48	39	(9)		3					
		3	形势与政策	必/查	1	30	30	0	3次	3次	3次	3次	3次		
		4	四史	限选	1	16	12	4		1					①
		5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必/试	3	48	32	16	2						
	5	英语	必/试	8	64+ (64)	64+ (64)	0	2+ (2)	2+ (2)						
	6	信息技术	必/试	4	72	42	30		4						
	7	体育	必/试	6	72+ (36)	8	64+ (36)	2	2	(2)					
	8	大学生健康教育	必/查	2	16+ (16)	16	(16)			1+ (1)					
	9	创新创业教育与职业生涯规划	必/查	2	32	32	0	2							
	10	大学生就业指导	必/查	1	16	16	0					(16学时)			
	11	经济数学	必/试	4	72	72	0	4							
	12	应用文写作	必/试	2	32	32	0				2				
	13	军事理论课	必/查	2	36	36	0		2						
	14	劳动教育	必/查	2	36	8	28	9学时	9学时	9学时	9学时				
	15	CPR (心肺复苏)	限选	0.5	8	0	8								
	16	茶艺品鉴	选修	1	16	0	16								
17	线上美育选修课程	限选	6	96	96	0							III		
小计：742 学时，50.5 学分，占总学时 27.36% 其中选修课程最少修满 140 学时，8.5 学分，占 5.02%				50.5	742	563	179	14	12	1	2				
专 业 （ 技 能 ） 课	专 业 基 础 课	1	经济学基础	必/试	4	68	68	0		4					
		2	管理学原理	必/试	4	60	60	0	4						
		3	管理心理学	必/试	4	68	40	28			4				
		4	电子商务基础	必/试	4	68	44	24		4					
		5	商务谈判	必/查	2	30	15	15		2					
		6	语言正音与技巧	必/查	2	60	30	30	4						
		7	公共关系	必/试	4	64	40	24					4		
		8	视听语言	必/查	2	30	15	15					2		
	专 业 核 心 课	1	新媒体写作与运营	必/试	4	68	42	26			4				
		2	文化产业概论	必/试	4	68	50	18			4				
		3	文化政策与法规	必/试	4	68	50	18			4				
		4	文化项目策划与管理	必/试	4	68	34	34				4			

	5	文化经纪理论与实务	必/试	4	64	32	32				4			
	6	文化市场营销	必/试	4	64	40	24				4			
	7	文化资源概论	必/试	4	64	50	14				4			
	8	大众传媒管理	必/试	4	60	36	24					4		
小计：972 学时，58 学分，理论 66%，实践 34%				58	972	646	326	8	10	16	16	10		
专业拓展课	1	影视剪辑基础	选/查	2	32	10	22			2				
	2	节目主持	选/查	2	32	12	20				2			
	3	茶艺基础	选/查	2	30	6	24		2					
	4	建筑艺术赏析	选/查	2	30	20	10					2		
	5	旅游民俗文化	选/查	2	30	22	8					2		
	6	化妆基础知识	选/查	2	30	15	15					2		
	7	音乐基础	选/查	2	34	16	18				2			
	8	图片处理技术	选/查	2	32	6	26			2				
最少修满 7 门，250 学时，16 学分，占 9.22%				16	250	107	143	0	2	4	4	6		
合 计				124.5	1964	1316	648	22	24	21	22	16		
实践教学环节		入学教育及军事训练	必/查	2	120		120	2 周						
		毕业教育	必/查	1	60		60					1 周		
		专业认知	必/查	1	0		0					1 周		
		市场调研实训	必/查	1	26		26				1 周			
		企业经营模拟沙盘实训	必/查	1	26		26		1 周					
		电子商务模拟仿真实训	必/查	1	26		26		1 周					
		公共礼仪实训	必/查	1	26		26			1 周				
		多岗位综合实训	必/查	2	52		52					2 周		
		项目路演实训	必/查	1	26		26				1 周			
		创新创业实训	必/查	1	26		26			1 周				
		岗位实习	必/查	18	360		360						18 周	
		毕业设计（论文）	必/查											
小计：748 学时，30 学分，占 27.58%				30	748	0	748							
总 计				154.5	2712	1316	1396	22	24	21	22	16		