

# 高等职业学校出版商务专业教学标准

## 一、专业名称（专业代码）

出版商务（660104）。

## 二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

## 三、基本修业年限

三年。

## 四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

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)	主要岗位群或 技术领域举例
新闻传播大类 (66)	新闻出版类 (6601)	新闻和出版业 (86)	特殊商品购销人员 (4-01-05); 商务专业人员 (2-06-07); 编辑(2-10-02)	出版物发行员; 出版营销策划员; 网络书店运营员; 技术编辑; 数字出版物编辑

## 五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，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，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，掌握本专业知识和技术技能，面向新闻和出版业等行业的特殊商品购销人员、商务专业人员、编辑等职业群，能够从事出版物发行、出版营销策划、网络书店运营、技术编

辑、数字出版物编辑等工作的高素质技术技能人才。

## 六、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

（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、全球视野和市场洞察力。

（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。

### （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环境保护、安全消防、创新创业等知识。

（3）了解新闻与出版行业基本现状和发展规律。

（4）掌握出版基本概念、出版物类别与结构、数字出版、出版流程、出版管理等方面的基础知识。

（5）掌握出版物发行主要方式、程序、发行渠道等基本知识。

（6）掌握现代出版营销的基本理论及出版宣传促销策略。

（7）掌握电子商务基础知识、工作流程、网店运营与维护模式及客户服务技巧。

（8）掌握出版物编辑基础知识、工作内容与技术规范。

（9）掌握计算机应用基础知识，以及设计、排版等工具软件基本功能。

### （三）能力

（1）具有探究学习、终身学习、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）规范开展出版物进货、销售、储运业务，具备一定出版物流管理能力。

（4）具有出版物市场开发、发行渠道建设和客户关系管理能力。

- (5) 能拟定和签订版权贸易合同，洽谈版权贸易。
- (6) 能进行出版物市场调查与预测和消费者行为分析。
- (7) 会撰写出版商务文案，能策划和实施出版营销活动。
- (8) 具有一定的审美和创意能力，能设计与制作宣传广告。
- (9) 能规范操作输入设备及软件等完成出版物数字化处理，具备数字出版物设计与制作能力。
- (10) 能运营和维护网络书店交易平台，做好客户服务工作。
- (11) 具有本专业必需的信息技术应用和维护能力。
- (12) 具有行业认知能力、统筹分析能力及洞察力，对社会热点、市场变化、竞争环境具备敏锐感知力。

## 七、课程设置及学时安排

### (一) 课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

#### 1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将党史国史、劳动教育、创新创业教育、大学语文、高等数学、公共外语、信息技术、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。

学校根据实际情况可开设具有本校特色的校本课程。

#### 2. 专业课程

专业课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。学校可自主确定课程名称，但应包括以下主要教学内容：

##### (1) 专业基础课程。

专业基础课程一般设置 6~8 门，包括：出版认知、出版法规及应用、数字出版实务、消费者行为分析、图书分类、出版商务文案、出版物市场调查与预测、商务谈判等。

##### (2) 专业核心课程。

专业核心课程一般设置 6~8 门，包括：出版物营销实务、电子商务、网络营销、书店卖场运营实务、出版物流管理、客户关系管理等。

##### (3) 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：出版物编辑实务、网页设计与制作、版权理论与实务、图像图形处理、排版技术、网络编辑、数字出版物制作、社交礼仪等。

#### 3. 专业核心课程主要教学内容

专业核心课程主要教学内容如表 2 所示。

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
1	出版物营销实务	主要包括出版物市场营销基本概念、出版物营销环境、出版物消费者需求特征、目标市场营销策略、出版物产品策略、出版物价格策略、出版物营销渠道策略和出版物宣传促销策略等理论知识及实践技能
2	电子商务	主要包括电子商务基础知识、电子商务技术、网络商店的规划与运营、电子商务系统安全、电子商务支付、电子商务与物流、网络营销以及电子政务、电子商务法律与法规、电子商务活动等理论知识及实践技能
3	网络营销	主要包括网络营销概述、电子商务的技术基础、网络消费者的行为分析、网络市场调研、网络营销策略、网络营销的方法、搜索引擎营销、网络广告等理论知识及实践技能
4	书店卖场运营实务	主要包括书店卖场的类型与特点、书店卖场选址与定位、书店卖场人员配置、书店卖场内外布局设计、书店卖场出版物配置与陈列、出版物进存货与盘点、书店卖场销售作业、书店卖场促销策划与实施等理论知识及实践技能
5	出版物物流管理	主要包括出版物流概论、出版物的仓储、库存管理、运输、配送、包装和装卸搬运等理论知识及实践技能
6	客户关系管理	主要包括客户关系管理的概念、寻找潜在客户、客户的识别、客户开发与互动、客户关系维护、客户关系管理营销策略、维系客户关系等理论知识及实践技能

#### 4. 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。在校内外进行出版物分类陈列实训、出版物物流实训、出版电子商务实训、出版物营销实训、版式设计制作实训、数字出版综合实训、出版商务创新创业等实训。在新闻出版等行业的出版发行企业进行实习。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

#### 5. 相关要求

学校应统筹安排各类课程设置，注重理论与实践一体化教学；应结合实际，开设安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

### （二）学时安排

总学时一般为 2500 学时，每 16 ~ 18 学时折算 1 学分。公共基础课总学时一般不少于总学时的 25%。实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%，其中，顶岗实习累计时间一般为 6 个月，可根据实际集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程学时累计不少于总学时的 10%。

## 八、教学基本条件

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

#### 2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有出版商务相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业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；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

#### 3. 专业带头人

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新闻和出版行业、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。

#### 4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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。

### （二）教学设施

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、校内实训室和校外实训基地等。

#### 1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；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. 校内实训室基本要求

##### （1）模拟书店实训室。

模拟书店实训室应配备书架、展台、书柜、计算机、图书管理软件、收银台、POS 收款机、出版物、X 展架、易拉宝、书店导航牌、分类标志牌、挂书托、防盗系统、打包台等设备，用于消费者行为分析、图书分类、书店卖场运营实务、出版物营销实务等课程教学与实训。

##### （2）出版电子商务实训室。

出版电子商务实训室应配备计算机 1 台/人、出版电子商务实验项目软件平台、平台扫描仪、摄影设备、多媒体等，用于出版商务文案、电子商务、网络营销、网络编辑、商务谈

判、客户关系管理等课程教学与实训。

### (3) 出版物流实训室。

出版物流实训室应配备计算机、出版物流实验项目软件平台、货架、操作台、出版物、包装绳、包装纸、塑料周转箱等，用于出版认知、出版物流管理等课程教学与实训。

### (4) 版式设计制作实训室。

版式设计制作实训室应配备计算机1台/人、图像图形软件、排版软件、黑马校对软件、扫描仪、数码打样系统、多媒体等，用于出版物编辑实务、图像图形处理、排版技术等课程教学与实训。

### (5) 数字出版实训室。

数字出版实训室应配备计算机1台/人、数字出版系统、扫描仪、图像图形软件、音视频编辑软件、排版软件、多媒体等，用于数字出版实务、网页设计与制作、数字出版物制作等课程教学与实训。

## 3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展出版商务专业相关实训活动，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。

## 4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能提供出版物发行、出版营销策划、网络书店运营、技术编辑、数字出版物编辑等相关实习岗位，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；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。

## 5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

## (三) 教学资源

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

### 2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：新闻和出版业政策法规，有关职业标准、编辑出版实用手册，出版商务技术、方法、理念以及实务操作类图书等。

### 3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软

件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

## 九、质量保障

(1) 学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，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) 学校和二级院系应完善教学管理机制，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。

(3) 学校应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。

(4) 专业教研组织应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。