

高等职业学校化妆品经营与管理专业教学标准

一、专业名称（专业代码）

化妆品经营与管理（590304）。

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
食品药品与 粮食大类 (59)	食品药品 管理类 (5903)	化学原料和化 学制品制造业 (26)； 批发业(51)； 零售业(52)	电子商务师(X4-99-00-01)； 营销师(4-01-02-01)； 采购员(4-01-01-00)； 客户服务管理师(X4-07-99-7)	化妆品采购； 化妆品储运； 化妆品营销； 化妆品经营质 量管理； 化妆品店经营

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，面向化妆品和相关服务业、化妆品批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事化妆品采购、经营管理、营销策

划、质量管理、客户服务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。

（4）具有自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神，勇于奋斗，乐观向上。

（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、安全消防等相关知识。

（3）熟悉消费心理、管理心理等基本知识。

（4）熟悉有关化妆品法律法规、化妆品标准、化妆品质量管理的知识。

（5）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。

（6）熟悉化妆品商品知识，了解皮肤基础知识。

（7）熟悉财务会计知识，了解经济法律知识。

（8）掌握企业管理、化妆品储存管理、化妆品市场营销、电子商务知识。

（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）具有对化妆品市场信息进行收集、分析及应用能力。

（4）具有化妆品介绍以及使用指导能力。

（5）具有一定的化妆品市场拓展、商务谈判、化妆品销售能力。

（6）具有化妆品采购、化妆品储存管理、化妆品运输配送能力。

（7）具有化妆品网络市场运营能力。

（8）具有化妆品企业运营管理能力。

（9）具有探究学习和终身学习能力。

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、信息技术、高等数学、公共英语、健康教育、美育课程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：基础化学、化妆品品牌策划、美容基础、化妆品消费心理分析、皮肤学基础、管理基础、化妆品法律法规、会计实务等。

(2) 专业核心课程。

专业核心课程一般设置 6~8 门，包括：化妆品原料、化妆品制备技术、商务交流与谈判、化妆品安全管理、化妆品市场营销实务、零售化妆品店管理实务、客户服务与管理、化妆品电子商务等。

(3) 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：化妆与形象设计、化妆品商务英语、美容技术、经济法等。

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	化妆品原料	油性原料、粉质原料、表面活性剂、水性原料、辅助原料、功效性原料六大类基本原料物理、化学性质；化妆品原料质量指标，各种原料应用的规范；每种原料对人体及皮肤的作用，分别从保湿化妆品、美白化妆品、洗面奶、洗发水及护发素、防晒化妆品、抗皱化妆品、抗痘化妆品等进行总结，比较化妆品原料的性质
2	化妆品制备技术	化妆品的基础配方；化妆品制备工艺；化妆品产品质量控制
3	商务交流与谈判	商务交流技巧；基本谈判原则、方法和礼仪；谈判准备，谈判过程控制；谈判技巧应用，制定谈判策略；商务文书写作原则及技巧

续表

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
4	化妆品安全管理	化妆品对人体不良反应监测管理；化妆品品质及安全管理；化妆品安全风险控制与管理；化妆品成分的规定；化妆品安全性风险评估；各类化妆品的作用、特点与评价
5	化妆品市场营销实务	化妆品营销环境分析；化妆品市场调研；化妆品市场分析及消费者心理和行为分析；化妆品营销的顾客导向；化妆品营销战略的制定；制定化妆品产品策略、价格策略、渠道策略、化妆品促销策略，化妆品的创新营销；化妆品的营销沟通与服务；化妆品营销的管理
6	零售化妆品店管理实务	化妆品店的选址原则；组织机构设置及岗位职责、布局设计；化妆品陈列；零售连锁化妆品店营运流程，即请货、验收、养护、盘点、日常营业；多种支付方式的收银作业；营业数据分析；顾客服务、会员管理；促销活动管理
7	客户服务与管理	整理收集客户资料，建立、管理客户档案和信息数据库；登记并跟踪销售情况，维护良好的客户关系，掌握客户需求；与相关部门的业务协调，及时解决客户提出的问题；受理客户咨询、投诉、建议及意见等，并做好记录
8	化妆品电子商务	化妆品电子商务基础知识；化妆品电子商务企业管理组织；电子商务常用法律法规、商务纠纷处理；网络调查与分析、线上线下推广方式、策划活动与执行；互联网化妆品信息发布、订单生成、交易电子支付；客户关系管理；网店化妆品数据统计与分析

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。实训可根据学校实际情况，在校内外组织实施商务礼仪实训、模拟化妆品店实训、营销沙盘实训（模拟销售）、化妆品经营与管理综合实训等专业实训项目。在企业对应的相关岗位组织学生跟岗实习、顶岗实习，应严格执行实习要求。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。公共基础课课程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；具有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；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化妆品和相关服务行业、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。

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

校内实训室应营造职场氛围，配备能够满足商务礼仪、营销沙盘（模拟销售）、模拟化妆品店、化妆品经营管理综合等实训要求的教学软硬件设施设备。

（1）商务礼仪实训室。

商务礼仪实训室应配备把杆、液晶电视、功放音响、镜面墙等设施设备，用于学生商务礼仪、仪表仪态训练等项目的教学与实训。

（2）营销沙盘实训室。

营销沙盘实训室应配备服务器、教师计算机、学生计算机、投影仪等设备和营销沙盘（物理和电子沙盘）等分析软件和打印机、票据等工具，用于化妆品经营模拟等项目的教学与实训。

(3) 模拟化妆品店实训室。

模拟化妆品店实训室应配备普通产品柜、中高档柜、特种化妆品架等各种模拟经营设施，用于模拟化妆品店实际推销等实践训练。

(4) 化妆品经营管理综合实训室。

化妆品经营管理综合实训室应配备服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；网络接入或 Wi-Fi 环境；计算机，无线终端（手机或 PAD），可运行 Chrome、IE、Safari、Firefox 等常用浏览器的测试终端，安装 Linux/Windows 操作系统、MYSQL、Net 等软件，根据需要构筑不同的商业应用场景。用于化妆品电子商务、商务交流与谈判、客户服务与管理等课程的教学实训。

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；能够开展化妆品销售、化妆品经营管理、化妆品店经营、化妆品策划等实训活动；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。

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；能提供化妆品采购、仓储、销售和质量管理等实习岗位，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。学校应建立由专业教师、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：有关化妆品经营与管理技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

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。

(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。