



高等职业学校会展策划与管理专业 联盟人才培养方案

制订时间：2019年5月



一、适用专业名称

会展策划与管理，专业代码 640301

二、招生对象

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、学制与学历

三年制，专科；实行学分制认定，弹性学制。

四、职业面向

（一）职业类别或技术领域

依据国家《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)、《国家职业分类大典：职业分类与代码》(GB/T6565-2015)，会展策划与管理专业主要在会议与展览、广告、文化活动、婚庆礼仪、体育表演、大型游乐园、展览场馆、商业综合体等行业领域，从事商业贸易、休闲文娱、公关活动、信息传播、展示设计等职业技术领域工作，职业能力以策划、营销、管理、设计和现场服务为核心，职业岗位群面向的职业对应的行业及职业类别或技术领域如表 1，职业面向的就业岗位（群）企业和岗位及发展如表 2。



表 1：职业对应的行业及职业类别或技术领域

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	职业资格证书或技能等级证书举例
旅游大类 (64)	会展类 (6403)	会议、展览 及相关服务 (7280)	会议及展览服务人员 (40707)	会展策划专业人员 会展设计师 装饰美工	会展业 职业经理人 展示设计师
			商务专业人员 (20607)	会展策划专业人员 市场营销专业人员 品牌专业人员	
			工艺美术与创意设计 专业人员 (20906)	陈列展览专业人员	
			销售员 (40102)	营销员	
			商务咨询服务人员(40702)	客户服务管理人员	
		广告业 (7250)	工艺美术与创意设计 专业人员 (20906)	视觉传达设计人员 陈列展览专业人员	
			专业化设计服务人员 (40808)	广告设计师	
		婚庆礼仪 (8070)	婚姻服务人员 (41005)	婚礼策划师	
		群众文体活动 (8870)	群众文化活动服务人员 (41301)	会展策划专业人员 群众文化指导员	
		商业综合体 管理服务 (7222)	文化、体育和娱乐服务人员 (41300)	会展策划专业人员 陈列展览专业人员	
		博物馆 (8850)	文化、体育和娱乐服务人员 (41300)	会展策划专业人员 陈列展览专业人员 装饰美工	
		文化活动服务 (9051)	文化、体育和娱乐服务人员 (41300)	会展策划专业人员	
		体育表演服务 (9052)	文化、体育和娱乐服务人员 (41300)	会展策划专业人员	
		游乐园 (9220)	文化、体育和娱乐服务人员 (41300)	会展策划专业人员	

表 2：职业面向的就业岗位（群）企业和岗位及发展

行业类型	企业类型、职业类别或技术领域	就业岗位（群）	
		初始岗位群	发展岗位群
会议、展览及相关展服务	以会议、展览为主并附带相关的活动形式，包括项目策划组织、场馆租赁及参展企业展示、展销等相关配套服务的单位或岗位	助理会展策划师 助理会展设计师 陈列展览设计员 助理品牌管理师 助理文案专员 市场营销专员 现场执行专员 初级装饰美工	会展策划师 会展设计师 陈列展览设计师 营销管理师 品牌管理师 活动运营总监 高级装饰美工 部门经理、总监
广告业	通过多种媒介为客户策划、设计、制作有偿宣传活动服务的单位或岗位		
婚庆礼仪	主要为婚庆典礼策划、组织和实施服务的单位或岗位		
群众文体活动	主要为群众参与的文艺类演出、比赛、展览、文艺知识鉴赏等公益性文化活动以及群众参与的各类体育竞赛和活动等配套服务的单位或岗位		
商业综合体管理服务	以购物中心为主导，融合了商业零售、餐饮、休闲健身、娱乐、文化等多项活动的综合展示展销商业体，包括大中型展销卖场、汽车和房产展厅等，从事活动策划与实施、空间视觉化表现设计、展品陈列与展销等配套服务的单位或岗位		
博物馆	主要收藏、研究、展示文物和标本的博物馆的活动，展示人类文化、艺术、体育、科技、文明的美术馆、艺术馆、展览馆、科技馆、天文馆等，从事空间视觉化表现设计、美术制作、展品陈列等活动配套服务的单位或岗位		
文化活动服务	策划、组织、实施各类文化、晚会、娱乐、演出、庆典、节日等活动配套服务的单位或岗位		
体育表演服务	策划、组织、实施各类职业化、商业化、群众性体育赛事等体育活动的配套服务单位或岗位		
游乐园	指配有大型娱乐设施的室外娱乐活动及以娱乐为主的活动的，包括主题游乐园、主题景区、特色小镇等休闲文娱活动配套服务单位或岗位		



（二）职业类别或技术领域任务与能力分析

根据国家人力资源和社会保障部所确定的职业能力标准和国内会展企业通用的职业岗位，会展策划与管理专业所对应的职业岗位主要有会展策划师、陈列展览设计员、会展设计师、品牌管理师（会展）、装饰美工、市场营销专员（会展）、文案专员、现场执行专员（会展）等，具体岗位职业能力与素质分析如下表 3。

表 3 职业岗位（群）工作描述

职业岗位 1	会展策划师
岗位描述	根据《会展策划师国家职业标准》及参照《会展业职业经理人职业标准》，会展策划师：从事会展市场调研、策划、营销和营运管理的专业人员
工作任务	①调研：会展项目调查资料收集与分析； ②策划：整体策划方案、实施方案策划和相关文案写作； ③营销：营销方案制订、营销资料准备、客户联系、网络营销； ④营运管理：品牌管理、宣传媒介管理、现场管理、财务管理、信息管理、人力资源管理、危机管理。
职业能力与素质要求	①调研：能设计市场调查问卷，能组织小规模市场调查活动，能发放和回收问卷调查表，能完成对展商、观众的访谈调查，能从网络、图书报刊中搜索行业资料，能对资料进行统计分析，能用 Excel 输入调查数据，能将观众资料输入到相关数据库，能搜集行业资料并分析归类； ②策划：能识别展馆建筑平面图，绘制展馆平面图，能归纳展会特点，能制作广告类型商函，能提出开幕式、宴会实施方案，能策划新闻发布会实施方案，能策划会展相关活动，能进行商业计划文案写作，能运用电脑制作工作计划流程表和组织结构图，制作 PPT 文件； ③营销：能使用电话黄页、网上搜索等多种方法搜寻目标客户群名录，能根据所属行业区分客商，能操作相关数据库软件，能邮寄、登记大批量销售资料，能制订电话销售策略，能运用电话沟通技巧向客户销售会展产品，能使用中英文电子邮件的群发技术进行网络营销，能设计招展书及相关宣传品，能撰写邀请函，能运用电话提出拜访客户，进行业务洽，能提出会展网站建设的内容和要求，能运用网络销售的方法及技巧； ④营运管理：能制订客户咨询工作预案，能进行现场观众、来宾信息登记，能进行现

	场咨询及接待观众投诉，能编写会议议程，能进行现场设施检查和处理，能处理会展现场一般纠纷和突发事件，能对搭建商的展位搭建进行管理与协调，能进行现场运输协调与管理，能进行会展现场观众管理，能进行临时员工培训与管理，能编制会展简报和展商服务资料，能编制会展宣传资料的现场发放方案。
支撑课程	会展策划、会议经营、展览项目管理、节事活动策划、展销创意策划、会展文案
职业岗位 2	陈列展览设计员
岗位描述	根据《陈列展览设计员国家职业标准》，陈列展览设计员：从事陈列研究、展览设计的专业人员。
工作任务	<p>①设计准备：设计调研，收集信息，设计草案；</p> <p>②设计定位：功能定位，制定纲要与形式定位，技术与艺术风格定位，设计总体规划；</p> <p>③设计创意：创意方案，设计方案，概念定位和形象创意；</p> <p>④设计表达：方案设计，深化设计，绘制表现图与施工图，综合表达，审图；</p> <p>⑤实施管理：组织协调，进度控制与监督审核，设计指导与培训，预算计划，设计指导，施工制作，组装与竣工；</p> <p>⑥设计评价：功能与艺术质量评价，设计总结与存档。</p>
职业能力与素质要求	<p>①设计准备：能对业主委托项目的各项要求进行了解，能完成展览场地勘测，能协助完成展品调研；</p> <p>②设计定位：能收集国内外相关展览的图文信息，能根据业主要求进行准确的功能定位，能根据目标观众心理与展示环境，确定形式风格；</p> <p>③设计创意：能完成创意草图，能编制完整的设计方案，能用图形语言完成平面分区、展示动线、展位视觉形象的量化分析；</p> <p>④设计表达：能编制系统设计文件，能分别用文字、语言、图形全面表达设计意图，能识读建筑图、产品图、装修施工图、大样图并完成审核，能根据方案要求绘制三视图和透视图，能根据审核中出现的问题提出合理的修改方法，能对设计方案进行评价和优化选择，能为用户讲解设计方案，能写出设计报告书，能协助设计师深化设计，能与相关专业人员协调、配合；</p> <p>⑤实施管理：能制定细目规范和局部艺术标准，能指导具体设计，能完成材料的选择工作，能对施工现场进行质量监督和技术指导，能对外协加工进行质量监督，能协助完成组装、竣工现场的实测和验收，能协助绘制竣工图并整理存档图文资料；</p> <p>⑥设计评价：能进行项目功能性评价和艺术评价。</p>
支撑课程	展示设计、展示工程与搭建、广告设计、展品布局与陈列、会展视觉设计

职业岗位 3	会展设计师
岗位描述	根据《会展设计师国家职业标准》，会展设计师：根据运用现代设计理念，从事会展、节事活动空间环境的展示设计、施工,并提供具有创造性和艺术感染力的视觉化表现服务的人员。
工作任务	<p>①基础任务：分析标书应招， 分析展出资料，建立项目工作组，调研立项计划，审定工作日程表，核算项目报表，签约与谈判；</p> <p>②创意设计：参与策划功能区，构架材质特性，指导效果制作图，特装展位的功能空间创意及设计草图，会展小型活动设计，会议背景的设计，效果图设计绘制，制作图设计绘制，多媒体的选用，会议活动的设计，提案演示及定稿；</p> <p>③制作配套：制作配套的落实，开拓制作配套的横向协作，创新工艺的尝试，完稿印刷雕刻装裱，展品和器材的运输保管，现场搭建陈列，监督质量达标，影视器材的选配，现场组装调整，监督流程管理；</p> <p>④流程管理：设计流程管理， 处理现场突发情况， 展场配套服务， 公关礼仪接待， 核算项目经费，各项设备的供求调控，现场维护和撤除复原，项目的总结评估，员工的培训。</p>
职业能力与素质要求	<p>①基础任务：，熟知行业招标特性和会展行业规则，展览产业调研，商务谈判的能力，会展设计能力，传播审美的能力，掌握会展预算要素和会展设计流程，会展设计进度协调控制，能设计日程安排计划，工程项目费用计算方式；</p> <p>②创意设计：会展设计，品牌形象，安全与消防法规，标准件的安装工艺，特装的施工工艺，三维及制图软件，效果图绘制技法，对设计完成效果的预见和指导，商品陈列的手段，多媒体的设计表现，会议与展览的互动，构架素材的选配，灯具道具展板选配，会场内的灯光照明、布线，多功能器材选配，设计表述，方案演示过程和演示稿制作；</p> <p>③制作配套：构架素材的选配，会展常用材料，加工工艺技法，展示用影视器材，器材安全使用规范，灯具道具展板选配，多功能器材选配，制作内容的确定，会展流程的管理，设计流程的管理，现场安装与场地协调，工艺效果的选配，展品的运输保管知识，器材的运输保管知识，搭建与陈列的方法，质量标准规范，组织监督工作班子，安全和维护服务；</p> <p>④流程管理：设计管理，商务配套服务，各项设备的供求调控，资材管理的方法，测算估价，场馆利用，妥善维护装撤和应变处理现场，正确分析实例，客观评估效应，企业文化理解，员工职教培训。</p>
支撑课程	展示设计、广告设计、展览规划馆展示、展品布局与陈列、会展视觉设计

职业岗位 4	品牌管理师（会展）
岗位描述	根据《品牌管理师国家职业标准》及《会展策划师国家职业标准》（营销职能部分），品牌管理师（会展）：从事会展及参展企业相关项目和产品的品牌规划、品牌建构、品牌推广、品牌运营等方面的专职品牌管理人员。
工作任务	<p>①品牌要素建构： 收集市场信息，提供产品品牌定位信息，分析产品品牌市场格局，协助选择和建立产品品牌要素计划，制定产品品牌定位；</p> <p>②品牌系统管理： 品牌营销文件管理，编制产品品牌营销计划，制定产品品牌管理制度，协调产品品牌管理职能，品牌营销绩效激励管理，新产品开发与上市的计划和组织，新产品测试、选样与投放，实施品牌绩效激励计划；</p> <p>③品牌推广传播： 产品品牌传播与推广计划，协助管理产品品牌广告与公关活动实施，产品品牌促销实施管理；</p> <p>④品牌资产管理： 协助进行商标注册，协助进行商标管理和产品品牌保护。</p>
职业能力与素质要求	<p>①品牌要素建构：能够进行市场调研问卷的甄别和验收工作，能够通过现场、媒体、统计资料等各种途径收集产品品牌相关的市场信息，能够进行顾客分类，并概括不同顾客群的相似点和差异点，能够组织顾客访谈，深入了解顾客行为特点和潜在需求，能够进行产品功能价值点的总结和概括，能够提出产品品牌定位建议方案，能够协助选择产品品牌要素类型（图形、文字等），能够协助设计和创建产品品牌要素；</p> <p>②品牌系统管理：能够按照要求编制品牌营销报表和公文，能够进行品牌系统管理文件存档和管理，能够对产品品牌市场营销现状进行分析，能够制定产品品牌营销目标和营销战略，能够制定产品品牌营销行动方案、预计损益表、控制方案，能够与研发、制造、市场和销售等业务相关部门进行交涉合作，能够组织新产品选样和概念、功能、包装等测试过程，能够组织实施新产品上市投放工作，能够收集销售代表和经销商品牌营销信息，能够执行人员和渠道品牌绩效激励计划。</p> <p>③品牌推广传播：能够协助实施品牌广告、公关计划和整合传播方案，能够制定产品品牌推广预算，能够组织产品品牌信息发布会，能够对品牌广告和公关活动效果进行监测，能够收集产品品牌促销信息，能够组织实施品牌促销计划，并进行促销品的制作和发放管理，能够进行终端促销宣传策划和陈列管理等工作，能够收集产品品牌展览信息，能够制定产品品牌展览计划，能够组织产品品牌展览、陈列活动。</p> <p>④品牌资产管理：能够进行商标注册查询，能够完成商标申请和注册工作，能够了解类似商标信息，能够提出商标保护和管理建议，能够制定并实施商标管理制度和措施，能够组织实施产品品牌保护专项和日常活动。</p>
支撑课程	广告策划、参展管理、新媒体策划、展销创意策划、公共关系策划

职业岗位 5	装饰美工
岗位描述	根据《装饰美工国家职业标准》，装饰美工：使用专用工具、按照设计方案进行文化、商业、展示及广告等美术制作的人员。
工作任务	<p>①文字图形制作：绘写美术字，刻制美术字，操作刻绘机刻字，摹绘图形、花边，制作图形、花边；</p> <p>②平面装饰：版面处理，在展板、标牌、壁面上进行简单的装饰美化，喷绘简单版面背景，描绘简单版面，制作标志牌，绘制平面的 POP 广告，制作广告牌，进行简单的计算机图文制作，摄影；</p> <p>③道具制作：制作简单的展示台架，制作一般的装饰道具；</p> <p>④陈列布置：进行商品、展品组合陈列，建筑柱面装饰，地面地台、柜架陈列、壁面陈列布置，小型公共空间的美化布置，局部照明；</p> <p>⑤安装：装拆活动展架，安装小型展板、小型灯箱、广告牌、标志牌。</p>
职业能力与素质要求	<p>①文字图形制作：能对版面进行分割，能使用绘图工具写等线体字、仿宋体字、黑体字，能使用水性、油性颜料涂色，能使用水彩、水粉颜料进行摹绘，能使用及时贴、有色纸、电化铝箔字与立体字粘合，能将美术字固定在依托面上，能使用计算机进行简单的文字、图形、花边处理文字处理，能对易加工材料进行简单的图形、花边加工制作，能使用刻绘机刻字、刻图；</p> <p>②平面装饰：能将纸贴裱在版面上，能用及时贴裱版，能用及时贴拼制图表，能绘制线道和简易花边，能用水性、油性颜料平涂底色，能识读版式图，能手绘简易图表，能喷绘各种肌理的平面底色和平面图形，能使用绘画材料绘制版面，能制作标志底板，能手绘标志图形，能制作、装裱和固定标志图形、字画，能绘制标价牌和价目表，能绘制 POP 海报、广告版面，能制作广告底板，能安装边框，能使用计算机软件进行图文制作，能进行一般的产品拍摄、翻拍资料；</p> <p>③道具制作：能读立体图，能在材料上画出 1：1 的制作图形，能选择材料，能加工易加工材料，能组装成型，能进行简单的装饰美化</p> <p>④陈列布置：能进行平放、支架、模型、悬吊、钉挂、堆叠陈列，能进行综合性、专题性、季节性、系列性、场景式陈列，能布置展位，能设置广告牌、展牌、标语牌，能设置商品、展品壁橱，能设置展柜、商品销售柜，能镶嵌图形、浮雕装饰，能设置壁灯，能对各类小型公共空间进行美化布置，能设置封闭式展柜、销售柜照明，能设置垂直表面照明，能设置展位、展台照明；</p> <p>⑤安装：能安装、拆卸活动展架，能在各种空间、界面上安装广告牌、标志牌，能在室内外安装小型灯箱。</p>
支撑课程	展示工程与搭建、广告设计、展品布局与陈列

职业岗位 6	市场营销专员（会展）
岗位描述	根据《营销师国家职业标准》及《会展策划师国家职业标准》（营销职能部分），市场营销专员（会展）：从事会展及相关项目和产品市场调研、市场分析、营销策划、市场开拓、直接销售、客户管理等营销活动的人员。
工作任务	①市场分析：市场调研，市场购买行为分析，销售机会与威胁分析； ②营销策划：制定销售计划，制定区域市场计划，产品策划，渠道策划，市场推广策划； ③产品销售：寻找与访问客户，拜访与接近顾客，商务洽谈，试行订约，货品管理； ④客户管理：客户服务管理，客户信用管理，客户关系管理。
职业能力与素质要求	①市场分析：能够进行实地调查，能够采集商品、市场价格信息，能够收集二手资料，能够发放和回收调查问卷，能够识读调研计划，能够进行抽样调查，能够汇总市场调查资料，能够对调查资料进行简单的分类，能够识别各类购买者，能够分析消费者购买行为的特征，能够分析组织购买行为特征，能够识别销售机会与销售威胁，能够分析销售机会的种类； ②营销策划：能够确定自己的销售目标，能够进行简单的销售预测，能够进行市场细分，能够分析和评价产品组合，能够选择目标市场，能够划分销售区域，能够设计销售组织结构，能够进行企业产品的展示策划，能够选择经销商，能够管理代理商和服务商，能够实施销售促进方案，能够选择渠道模式，能够确定人际交往策略，能够协助制定销售促进策略和营销对策，能够协助组织公关活动； ③产品销售：能够寻找潜在客户名单，能运用电话沟通技巧向客户销售会展产品，能够合适地拜访客户，能够认定顾客资格，能够恰当地介绍产品，能够选择报价的时机，能够正确报价，能够与顾客友好沟通，能够正确运用常见谈判技巧，能够识别客户异议，能够正确处理常见顾客异议，能够识别购买信号，能够进行商品分类，能够进行订单的流程管理，能够建议客户签订购买合同，能够正确运用订单的报价方式，能够正确选择运输方式与工具，能够计算应收账款，能够进行销售代理管理； ④客户管理：能够对客户服务进行分类，能操作相关客户管理软件，进行大批量资料传递能力，能设计招展书、邀请函等简单的宣传品，能够做好售前、售中、售后服务，能够采取提高服务质量的措施，能够计算应收账款和制定催款策略，能够建立客户档案，能够进行客户筛选，能够调查客户信用情况，能够进行客户分析与组合，能够提出处理客户投诉的建议，能用商务英语进行简单的口头和书面交流。
支撑课程	会展营销、会展客户、会展信息、展销创意策划

职业岗位 7	文案专员
岗位描述	负责协助项目经理开展活动及产品相关策划、营销、宣传及品牌等方案的设计和撰写
工作任务	①掌握市场调查的方法，进行有效地开展活动策划前调研活动； ②与设计、市场、企划、媒体等各部门工作人员保持高效的沟通； ③挖掘客户的需求，提供有实践价值的营销参考； ④根据要求撰写活动策划及品牌宣传相关文案；
职业能力与素质要求	①能熟练地掌握市场调查的方法，进行有效地开展活动策划前调研活动； ②能撰写市场营销文案及各类型活动策划文案； ③能够与设计、市场、企划、媒体等各部门工作人员保持高效的沟通； ④能够挖掘客户的需求，提供有实践价值的营销参考。 ⑤熟悉活动项目中所需的各类型文案； ⑥良好的思想道德素质和美学、文学素质。
支撑课程	会展文案、会展策划、婚庆策划、节事活动策划、新媒体策划
职业岗位 8	现场执行专员
岗位描述	根据《会展策划师国家职业标准》（营运管理职能部分），现场执行专员（会展）：从事会展相关活动现场客户服务、活动执行、现场管理等工作人员。
工作任务	①客户服务：会展客户信息系统管理，客户接待与登记管理，投诉管理； ②活动执行：协助现场项目执行团队的建设与成员管理；会展活动现场执行过程管理、成本控制、风险与危机管理，商务礼仪活动管理和服务； ③现场管理：活动场馆和现场设施、器材、场地等管理；活动现场的人员、展位搭建、会展物流、消防与安全等管理与服务；制订公共场所的安全疏散预案，会展现场一般危机事件处理和执行媒体公关活动。
职业能力与素质要求	①客户服务：能制订客户咨询工作预案，进行现场观众、来宾信息登记，现场咨询及接待观众投诉；能建设和更新参展商、专业观众数据库； ②活动执行：能制订并执行项目实施日程表，能进行现场临时员工培训与管理；能进行现场设施管理、协调和检查；能在现场与场馆方、搭建商、运输商、合作伙伴等管理与协调， ③现场管理：解决展会期间出现的一般问题；能执行会展项目现场监控机制，能处理会展现场一般突发情况、纠纷和危机事件，能协助开展媒体公关活动
支撑课程	会展现场服务、场馆运营管理，会展物流，会展财务



五、培养目标及人才规格

（一）人才培养目标

本专业培养拥护党的领导，思想政治坚定、德技并修、全面发展、适应会展业和会展职业技能领域在生产、建设、服务、管理第一线岗位需要，具有良好的职业道德、国际化视野和创新创业意识等素质，掌握项目策划、营销、营运管理，熟悉展示设计等知识和技术技能，面向会议与展览、广告、婚庆礼仪、体育表演、大型游乐园、展览场馆、商业综合体等行业，从事商业贸易、休闲文娱、公关活动、信息传播、展示设计等职业岗位领域的高素质劳动者和技术技能人才。

（二）人才培养规格

1. 素质要求

- （1）坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想；
- （2）践行社会主义核心价值观，具有正确的世界观、人生观、价值观；
- （3）遵纪守法，具有社会责任感和参与意识；
- （4）具有良好的职业道德和职业素养，诚实守信、爱岗敬业；
- （5）具有较强的实践能力、质量意识、安全意识、职业生涯规划意识和创新精神等；
- （6）具有较强的集体意识和团队合作精神。
- （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；

(8) 具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2.知识要求

(1) 掌握国内外社会、经济和产业发展形势与政策的社会基本知识；

(2) 掌握国际交往基本礼仪和基本商务沟通的知识；

(3) 掌握会展职业在商业服务中的基础理论和知识；

(4) 掌握会展项目策划、调研与营销、营运管理的基础理论和知识；

(5) 掌握活动策划与营运管理的基础理论和知识；；

(6) 掌握与陈列展览设计的基本原理和知识

(7) 掌握展示材料与工程搭建的基本理论和知识；

(8) 具有较好的文学、美学和应用文写作功底。

3.能力要求

(1) 能对国内外社会、经济和产业发展形势与政策进行基本的分析；

(2) 具备较强的商务交流和基本的英语口语表达能力；

(3) 具备对会展活动市场调研、创意策划和市场分析能力；

(4) 具备会展项目营销、营运管理和服务的的能力；

(6) 具备一般活动策划、组织与营运管理的能力；

(7) 掌握产品陈列与展示艺术设计所需的技术和能力；

(8) 具有良好的审美能力、写作能力和学习能力。

六、课程体系设置

(一) 课程体系设计思路

课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课是各专业学生均需学习的有关基础理论、基本知识和基本素养的课程，专业课程是支撑学生达到本专业培养目标，掌握相应专业领域知识、能力、素质的课程。课程设置及教学内容应基于国家相关文件规定，强化对培养目标与人才规格的支撑，融入有关国家教学标准要求，融入行业企业最新技术技能，注重与职业面向、职业能力要求以及岗位工作任务的对接。

2. 专业课程设置符合国家职业教育人才培养方案制订的流程规范，对会展策划与管理专业职业岗位能力进行体系化调研与分析，确定核心技能，并设置相应专业核心课程和专业基础支撑课程，主要包括公共基础课程、专业课程、综合实践课程、选修课程四大类；教学内容及时反映会展行业的新知识、新技术、新工艺、新规范，将产教融合、校企合作落实到人才培养过程中，注重培养学生以就业为导向的综合素质与职业能力；课程教学内容和教学模式设计科学合理，具备可操作性，促进国内本专业人才培养方案的共建共享，体现职业教育的国际化水平。



（二）课程体系构成

课程体系设计遵循国家职业教育教学标准，贯彻落实党和国家在有关课程设置、教育教学内容等方面的要求，借鉴国际、国内先进职业教育经验的适当前瞻性，对接国家会展职业标准，兼顾国内职业院校在会展策划与管理专业人才培养的专业基础和专业核心能力综合通用，有利于各院校打造专业特色职业能力，服务地方和行业发展需求。

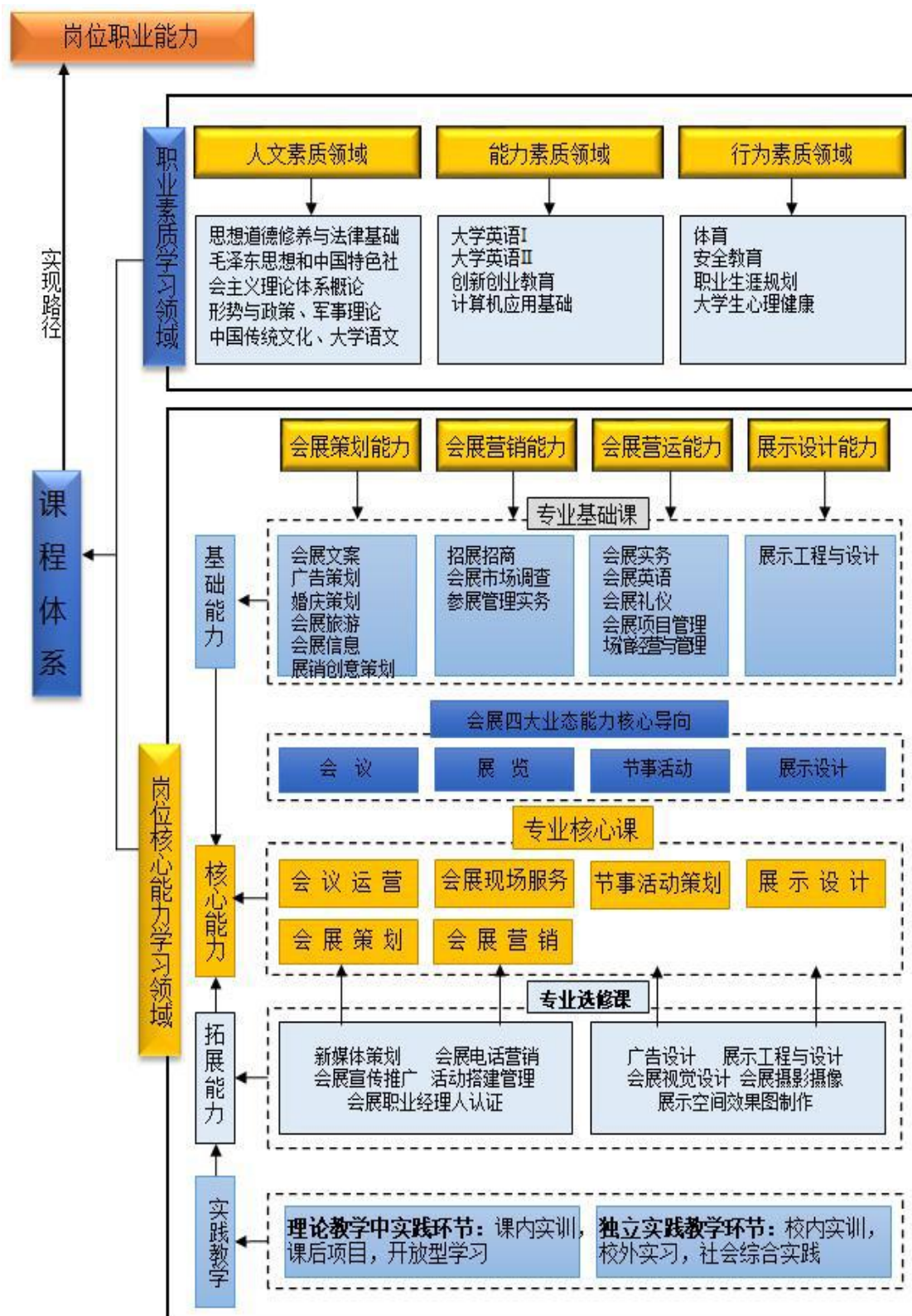


图 1 专业课程体系构成表

(三) 专业课程构成

1. 专业通用课程体系设计

会展策划与管理专业通用课程体系，综合考虑中职与高职在教学内容与操作能力上的递进，在会展礼仪、会展信息、婚庆策划、参展管理、会展现场服务、场馆运营管理等相对知识程序化、操作步骤化和基本技能训练的课程，实现中职和高职互通，而高职阶段的教学内容主要是以高级阶段技能并为项目创意与策划的能力拓展奠定基础，如图 2。

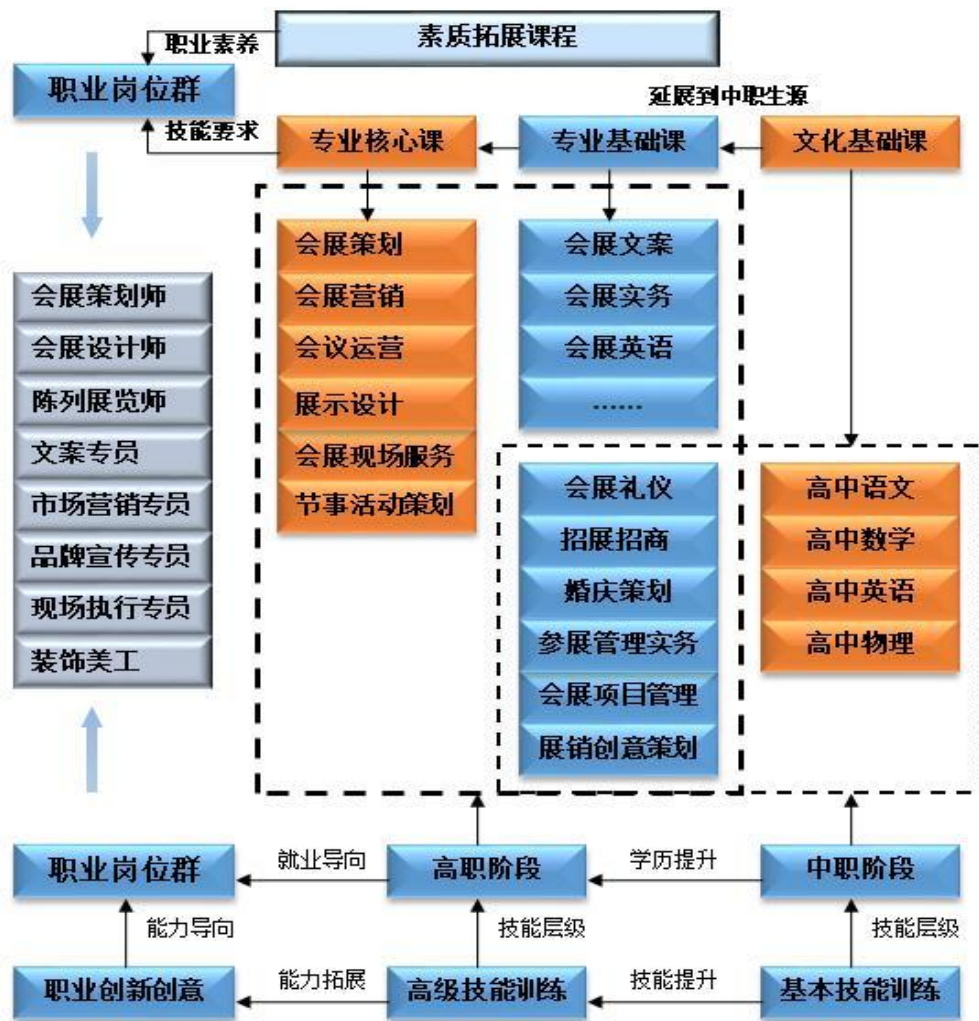


图 2 专业通用课程体系设计

2.专业核心课程

本专业核心课程围绕会展岗位职业能力需求,进行关键职业能力设计,按“策划、营销、会议、展览、活动、展示设计”6大核心能力进行课程设置,分别设置会展策划、会展营销、会议运营、展览项目管理、节事活动策划、展示设计等6门专业核心课程;同时以专业核心课程为重点,相对应的专业基础能力课程及专业选修课程共同组成核心能力课程模块。

专业核心课程介绍如下所示:

核心课程名称	会展策划		
开课学期	1	学时	64 学时
<p>课程定位:</p> <p>《会展策划》是会展策划与管理专业核心课程,在专业课程体系中起到以“策划”引领会展项目基本策划思维和形成统筹策划逻辑的先导性作用,为其他课程的分项活动策划教学奠定策划通识的基础理论和实践应用。</p> <p>课程目标:</p> <p>1. 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 熟悉项目创意策划和运筹学的基本原理与方法; (2) 了解宏观产业经济、区域经济和国际贸易战略的有关知识; (3) 了解品牌战略管理的分析工具的有关知识; (4) 了解投资融资与资本运作的有关知识; (5) 熟悉会展市场信息调研、评估与预测的有关知识; (6) 掌握常用数据分析方法及相关软件应用知识; (7) 熟悉项目管理、任务分解、工作量计算、计划制订、质量监控的知识; (8) 掌握展馆建筑平面图识别和场地平面图绘制方法及相关软件应用知识; (9) 熟悉实用广告学、客户关系管理、人力资源管理、财务分析与成本核算的有关知识; (10) 熟悉公关活动策划、商务礼仪策划与广告策划的基本知识; (11) 掌握新闻传播策划与组织的有关知识; (12) 熟悉高效会议管理的知识和方法; (13) 了解项目可行性分析的理论知识与方法; 			

- (14) 熟悉项目风险预测与安全防范的有关知识；
- (15) 掌握相应工作环节商业文书写作的有关知识；

2. 能力目标

- (1) 能应用创意策划技术和运筹学方法提出会展主题创意；
- (2) 能协助调研分析宏观经济形势、相关政策和行业背景资料；
- (3) 能协助制订区域性行业会展调研计划和起草项目调研报告；
- (5) 能协助策划和制订会展活动总体方案、国际会展项目活动方案；
- (6) 能进行参展商、观众或参会人员调查数据分析；
- (7) 能运用电脑软件（Office 或 Wps）编绘数据分析图表；
- (8) 能应用相关软件（Microsoft Project）制订项目工作计划流程表和组织结构图；
- (9) 能识别展馆建筑平面图，并运用相关软件（Auto Cad）绘制展馆和场地基本平面图；
- (10) 能制订开幕式、宴会、新闻发布会、小型会议、公关活动等策划与实施方案；
- (11) 能协助进行招展和招商方案、宣传推广方案策划；
- (12) 能提出展位搭建、运输等代理商的选择方案和设计有效的寻求赞助方案；
- (13) 能制订项目成本核算方案；
- (14) 能评价会展立项可行性报告和协助进行项目风险预测和安全评估；
- (15) 能进行相应商业计划文案写作，制作 PPT 文件。

主要学习内容：

1. 会展项目主题创意策划和项目运营管理方法与技术；
2. 会展项目市场调研和信息数据的整理与分析；
3. 利用软件制订会展项目工作计划流程表和组织结构图；
4. 识别展馆建筑平面图，绘制展馆和场地基本平面图；
5. 会展项目工作全流程的统筹策划与质量监控；
6. 会展立项方案、可行性报告与相应商业策划文案撰写。

作业及考核方案：

1. 作业

建议每次课后布置一定工作量的理论知识练习和进阶性项目任务给学生课后完成。作业必须与课堂教学内容有继承性、实践性和延展性，达到理论联系实际，增强学生对会展策划理论知识与技术应用掌握的教学目标，同时拓展学生对会展行业和相关产业的信息量和知识面，开拓学生的创意策划思维和理顺项目管理工作统筹策划的逻辑思路。

2. 考核方案

序号	成绩构成	考核方案与评价标准	占总成绩百分比
1	平时成绩	课堂参与积极性、出勤情况，项目任务完成质量	20%
2	分项考核	理论知识和进阶性项目任务完成情况	50%
3	期末考试	理论知识和综合项目策划完成情况	30%

教学建议:

本课程主要参照《国家会展策划师职业标准》中“调研、策划”部分的相关知识和能力要求，并综合国内多所高职院校在本课程的教学标准设计情况进行的通用性教学内容设置，在教学实施过程中，建议教师根据实际情况作如下安排：**1. 理实一体化教学**

本课程以策划为核心，对会展项目在创意策划、工作程序、工作内容、逻辑统筹以及美学、文学、商务常识等方面的理论知识量储备要求较大，同时能将相应的理论知识转换为具体的策划实践应用，建议教学中根据相应教学内容采用进阶性理论与实践一体化模式，按相应职业能力阶段要求逐步提升学生的理论和实践的水平与能力。

2. 虚拟和真实任务相结合

根据不同教学内容，教学采用教学虚拟任务和校企合作真实任务等方式；对会展主题创意、展馆建筑平面图识别、展馆和场地平面图绘制、小型开幕式或小型会议策划等，均可与企业进行广泛合作，进行真实项目任务的实践教学。

3. 教学资源库辅助方式

在教学过程中，教师应充分利用教学资源辅助教学，在理论知识讲解、章节理论测验、项目任务指导、教学情景设计等环节借助相关教学资源，提升学生学习的参与积极性、直观性和实效性；尤其对于部分教学内容中所涉及的 Microsoft Project、Auto Cad 等专业技术软件的基本操作，可借助教学资源库的微课教学视频和相关资源进行辅助教学。

核心课程名称	会展营销		
开课学期	3	学时	64 学时

课程定位:

《会展营销》是会展策划与管理专业核心课程，在专业课程体系中起到以“营销”策略和技能促进会展相关工作的拓展与实施，有针对性和专业性的为其他课程的分项营销工作奠定会展职业范畴内的营销通识基础理论和实践应用。

课程目标:

1. 知识目标

- (1) 熟悉市场营销理论在会展营销中综合运用的知识和方法；
- (2) 了解会展项目战略管理的有关知识；
- (3) 熟悉会展项目细分市场的营销策略；
- (4) 掌握搜寻和开拓目标客户群并操作相关客户管理数据库软件的知识；
- (5) 掌握电话销售、网络营销、客户拜访和大客户管理等商务沟通有关知识；
- (6) 熟悉会展产品定价的有关知识；
- (7) 熟悉会展营销渠道与合作、代理管理的有关知识；
- (8) 熟悉会展项目和产品营销宣传推广的有关知识；
- (9) 掌握招展与招商、参展商手册、赞助策略等相关工作和文书的知识；

- (10) 了解商务谈判策略、合同法与国际经贸的有关知识；
- (11) 掌握商务英语和会展英语基础的有关知识；
- (12) 熟悉会展项目整体营销方案和实施策略的有关知识。

2. 能力目标

- (1) 能分析和评价会展营销整体方案和措施；
- (2) 能提出资源创意整合、项目合作谈判、融资或投资谈判方案；
- (3) 能制订会展项目细分市场的营销战略
- (4) 能搜索、开拓和区分目标客户群，并操作相关客户管理数据库软件；
- (5) 能通过电话销售、网络营销、客户拜访和大客户管理等进行客户联络和业务洽谈；
- (6) 能提出会展产品的定价策略；
- (7) 能寻找招展招商代理、服务代理并与之谈判；
- (8) 能起草招展书、招商书、邀请函、参展商手册、赞助说明书等相关工作文书；
- (9) 能提出会展项目和产品营销宣传推广策略方案；
- (10) 能协助制订商务谈判策略，起草简单的经济合同；
- (11) 能使用中英文电子邮件的群发和简单的会展英语交流；
- (12) 能起草和协助制订会展项目整体营销和实施方案。

主要学习内容

1. 市场营销理论和技巧在会展营销中的综合运用；
2. 4P 营销模式在会展营销管理中的知识和应用；
3. 会展客户管理数据库软件的操作和应用；
4. 电话营销、网络营销、商务沟通的知识和应用；
5. 会展营销相关商业文书和执行策略的知识和应用；
6. 会展项目整体营销方案和实施策略的知识和应用

作业及考核方案

1. 作业

建议每次课后布置一定工作量的理论知识练习和进阶性项目任务给学生课后完成。作业必须与课堂教学内容有继承性、实践性和延展性，达到理论联系实际、增强学生对会展策划理论知识与技术应用掌握的教学目标，同时拓展学生对会展行业和相关产业的信息量和知识面，开拓学生的营销策划思维和巩固营销执行技能。

3. 考核方案

序号	成绩构成	考核方案与评价标准	占总成绩百分比
1	平时成绩	课堂参与积极性、出勤情况，项目任务完成质量	20%
2	分项考核	理论知识和进阶性项目任务完成情况	50%
3	期末考试	理论知识和综合项目策划完成情况	30%

教学建议

本课程主要参照《国家会展策划师职业标准》中“营销”部分的相关知识和能力要求，并综合国内多所高职院校在本课程的教学标准设计情况进行的通用性教学内容设置，在教学实施过程中，建议教师可根据实际情况作如下安排：

1. 理实一体化教学

本课程以营销为核心，对会展项目和产品在营销策划、工作程序、工作内容、逻辑统筹以及相关软件操作、商务沟通常识等方面的理论知识量储备要求较大，同时能将相应的理论知识转换为具体的营销实践应用，建议教学中根据相应教学内容采用进阶性理论与实践一体化模式，按相应职业能力阶段要求逐步提升学生的理论和实践的水平与能力。

2. 虚拟和真实任务相结合

根据不同教学内容，教学采用教学虚拟任务和校企合作真实任务等方式；对会展项目和产品的营销创意策划、客户搜寻、电话营销、网络营销、宣传资料派发等教学环节，均可与企业进行广泛合作，进行真实项目任务的实践教学。

3. 教学资源库辅助方式

在教学过程中，教师应充分利用教学资源辅助教学，在理论知识讲解、章节理论测验、项目任务指导、教学情景设计等环节借助相关教学资源提升学生学习的参与积极性、直观性和实效性。

核心课程名称	会议运营		
开课学期	3	学时	64 学时

课程定位：

《会议运营》是会展策划与管理专业核心课程，在专业课程体系中以“会议”项目的专门化组织策划、相关管理和服务工作为核心，有针对性和专业性的奠定会议项目范畴内策划、管理和服务的基础理论和实践应用。

课程目标：

1. 知识目标

- (1) 熟悉会议的定义、构成要素、举办条件以及会议的功能与作用；
- (2) 掌握会议组织机构以及会议组织者的主要任务
- (3) 了解相关会议项目审批制度和审批程序；
- (4) 熟悉会议策划内涵，掌握会议策划的方法、原则和内容，了解会议策划书的制定；
- (5) 掌握会议财务管理内容、会议预算的制定方法、会议成本的控制方法
- (6) 掌握会议工作的内容和流程，包括会前、会中、会后的各阶段工作；
- (7) 了解会议管理与服务工作的范围与职责分工，熟悉相关会议管理软件操作知识；
- (8) 熟悉会议议程的内容，以及它们之间的联系和区别的关键点；
- (9) 掌握拟发会议通知、邀请演讲者以及会议主题活动策划与安排的方法；
- (10) 熟悉会议现场服务的内容和商务礼仪常识。



2. 能力目标

- (1) 掌握会议工作的基本要点，并具备运用相关要素策划、组织和管理会议的能力；
- (2) 具备会议市场调研、信息整理和分析、调研报告写作能力；
- (3) 能进行中小型会议的组织策划并撰写策划方案；
- (4) 能进行相关会议项目的申报审批；
- (5) 能执行会议工作的主要流程及重要内容的管理与服务工作；
- (6) 掌握会议工作范围，能应用相关会议管理软件进行业务工作管理的能力；
- (7) 具备制订会议议程、会议日程和会议程序的能力、控制会议进程的能力；
- (8) 具备会议文秘服务的能力，能执行会议主题活动策划与相关工作；
- (9) 具备会议服务供应商选择的能力、会务服务的能力、餐饮服务的能力、房务服务的能力等；
- (10) 具备会议财务管理的能力、会议预算的能力、会议收支与成本控制能力。

主要学习内容：

1. 会议构成要素、举办条件以及会议的功能与作用；
2. 掌握会议组织机构以及会议组织者的主要任务；
3. 会议策划的方法、内容和技巧；
4. 会议预算管理和成本控制；
5. 会议管理软件操作进行会议工作流程和业务内容管理；
6. 会议现场服务的内容、技巧和商务礼仪常识。

作业及考核方案：

1. 作业

建议每次课后布置一定工作量的理论知识练习和进阶性项目任务给学生课后完成。作业必须与课堂教学内容有继承性、实践性和延展性，达到理论联系实际、增强学生对会议管理与服务理论知识与技术应用掌握的教学目标，同时拓展学生对会议组织策划和相关行业的信息量和知识面，开拓学生的会议组织策划思维和巩固会议服务的技能。

2. 考核方案

序号	成绩构成	考核方案与评价标准	占总成绩百分比
1	平时成绩	课堂参与积极性、出勤情况，项目任务完成质量	20%
2	分项考核	理论知识和进阶性项目任务完成情况	50%
3	期末考试	理论知识和综合项目策划完成情况	30%

教学建议：

本课程综合国内多所高职院校会议管理与服务的教学标准设计情况进行的通用性教学内容设置，在教学实施过程中，建议教师可根据实际情况作如下安排：

1. 理实一体化教学



本课程以会议项目为核心，对会议在组织策划、工作程序、工作内容、逻辑统筹以及相关软件操作、商务礼仪常识等方面的理论知识和实践经验信息量要求较大，同时能将相应的理论知识转换为具体的会议管理与服务实践应用，建议教学中根据相应教学内容采用进阶性理论与实践一体化模式，按相应职业能力阶段要求逐步提升学生的理论和实践的水平与能力。

2. 虚拟和真实任务相结合

3. 根据不同教学内容，教学采用教学虚拟任务和校企合作真实任务等方式；对会议项目的组织策划、现场服务、会务管理等教学环节，均可与企业或校内的相关会议进行真实项目任务的实践教学。

3. 教学资源库辅助方式

在教学过程中，教师应充分利用教学资源辅助教学，在项目任务指导、教学情景设计、教学案例、管理软件操作等环节借助相关教学资源提升学生学习的参与积极性、直观性和实效性。

核心课程名称	会展现场服务		
开课学期	3	学时	64 学时

课程定位：

《会展现场服务》是会展策划与管理专业的专业核心课程，是会展策划与管理专业国家专业教学资源库标准化课程之一。该课程以能力培养、掌握实践技能为根本出发点，详实描述了会展现场服务的专业理论知识和技能，培养学生分析问题解决问题的能力，为进一步学习其他专业课程打下基础，具有较强的理论性和实践性。

课程目标：

1. 知识目标

- (1) 熟悉会展现场服务的相关概念、类别和基本要求；
- (2) 掌握会展推介的形式、推介方案和专业观众组织制作要点；
- (3) 掌握参展宣传的方法、展台工作的内容；
- (4) 掌握会展开幕仪式的现场布置、组织管理、观众统计、现场工作的内容；
- (5) 熟悉会展物流服务的内涵、基本要求和主要环节；
- (6) 了解会展设计的概念、展台搭建的操作与要求；
- (7) 掌握会展服务礼仪的基本规范和技巧；
- (8) 熟悉会展商务旅游服务的主要环节；
- (9) 熟悉会展场馆安保、清洁工作的操作流程；
- (10) 了解会展客户跟踪服务的概念和要求，熟悉会展评估的程序、内容和总结；

2. 能力目标

- (1) 能够运用现场管理方法和展会服务技巧，组织和实施会展活动。
- (2) 能撰写各类会展活动的接待与管理策划文案；
- (3) 能有效地开展各类会展接待活动中的餐饮、住宿、物流、交通、商务、后期安全等服务；
- (4) 能有效地进行会展客户关系管理；

- (5) 能进行各种会展活动的策划和实施；
- (6) 能根据不同的会展策划各类会展旅游活动；

主要学习内容：

- (1) 会展推介服务
- (2) 参展商服务
- (3) 会展现场服务与管理
- (4) 会展物流服务与管理
- (5) 会展设计与搭建服务
- (6) 会展服务礼仪
- (7) 会展商务服务
- (8) 会展安保清洁服务
- (9) 会展客户跟踪服务

作业及考核方案：

1. 作业

建议每次课后布置一定工作量的理论知识练习和进阶性项目任务给学生课后完成。作业必须与课堂教学内容有继承性、实践性和延展性，达到理论联系实际、增强学生对展览项目管理与服务理论知识与技术应用掌握的教学目标，同时拓展学生对展览组织策划、管理经验的信息量和知识面，开拓学生的展览项目运营管理思维和巩固相关服务的技能。

2. 考核方案

序号	成绩构成	考核方案与评价标准	占总成绩百分比
1	平时成绩	课堂参与积极性、出勤情况，项目任务完成质量	20%
2	分项考核	理论知识和进阶性项目任务完成情况	50%
3	期末考试	理论知识和综合项目策划完成情况	30%

教学建议：

本课程结合《国家会展策划师职业标准》中展览部分的相关知识和能力要求，综合国内多所高职院校展览管理与服务的教学标准设计情况进行的通用性教学内容设置，在教学实施过程中，建议教师可根据实际情况作如下安排：

1. 理实一体化教学

本课程以展览项目为核心，对展览在组织策划、工作程序、工作内容、逻辑统筹以及相关软件操作、商务礼仪常识等方面的理论知识和实践经验信息量要求较大，同时能将相应的理论知识转换为具体的展览项目管理与服务实践应用，建议教学中根据相应教学内容采用进阶性理论与实践一体化模式，按相应职业能力阶段要求逐步提升学生的理论和实践的水平与能力。

2. 虚拟和真实任务相结合

根据不同教学内容，教学采用教学虚拟任务和校企合作真实任务等方式；对展览项目的市场调研、客户搜寻、电话营销、现场服务等教学环节，均可与企业或校内的相关展示活动进行真实项目任务的实

实践教学。

3. 教学资源库辅助方式

在教学过程中，教师应充分利用教学资源辅助教学，在项目任务指导、教学情景设计、教学案例、管理软件操作等环节，借助相关教学资源提升学生学习的参与积极性、直观性和实效性。

核心课程名称	节事活动策划		
开课学期	3	学时	64 学时

课程定位：

《节事活动策划》是会展策划与管理专业核心课程，在专业课程体系中以“活动”策划与管理的专门化主题策划、工作统筹、项目营运等相关管理和服务工作为核心，有针对性和专业性的奠定节事庆典等大中型活动项目在调研、策划、营销、营运等管理和服务的基础理论和实践技能。

课程目标：

1. 知识目标

- (1) 了解节事活动的内涵、分类和特点，认知国内外节事活动发展态势；
- (2) 了解节事活动项目化管理的内涵和各阶段的主要内容；
- (3) 掌握节事活动的利益主体的定位分析知识；
- (4) 熟悉节事活动策划的原则、内容及流程，了解节事活动策划文案的写作；
- (5) 熟悉节事活动可行性调研及市场分析的知识；
- (6) 了解节事活动形象策划和品牌管理的相关知识；
- (7) 熟悉节事活动组织结构管理，掌握其构成要素知识；
- (8) 熟悉节事活动项目团队建设、团队沟通和冲突管理的知识；
- (9) 熟悉节事活动进度管理和控制的知识，并操作相关管理软件；
- (10) 掌握消费者行为分析和目标市场分析的相关知识；
- (11) 熟悉节事活动宣传推广和公共关系策划的相关知识；
- (12) 掌握节事活动营销实施和评估的相关知识。

2. 能力目标

- (1) 能区分不同类型的节事活动，并分析影响节事活动的因素；
- (2) 能分析和协助制订节事活动项目各阶段工作执行方案；
- (3) 能分析节事活动项目的利益主体；
- (4) 能协助进行节事活动策划和制订相应流程实施方案；
- (5) 能提出节事活动可行性分析并起草研究报告；
- (6) 能协助进行节事活动市场动态分析；
- (7) 能协助节事活动的形象策划与品牌管理，并执行相关工作；
- (8) 能掌握节事活动组织结构管理，熟悉其构成要素管理；
- (9) 能协助节事活动团队组建，并执行有效团队沟通管理；

- (10) 能协助执行节事活动进度管理与控制，并操作相关管理软件；
- (11) 能进行一般消费者行为分析和目标市场分析；
- (12) 能执行节事活动营销、公关宣传和评估工作。

主要学习内容：

1. 节事活动项目化管理的要素和相关文案的写作；
2. 节事活动形象策划和品牌管理；
3. 节事活动项目组织和团队管理；
4. 节事活动进度管理和控制，相关管理软件操作；
5. 消费者行为分析和目标市场分析的相关知识；
6. 节事活动营销实施、公关宣传和评估。

作业及考核方案：

1. 作业

建议每次课后布置一定工作量的理论知识练习和进阶性项目任务给学生课后完成。作业必须与课堂教学内容有继承性、实践性和延展性，达到理论联系实际、增强学生对节事活动管理与服务理论知识与技术应用掌握的教学目标，同时拓展学生对节事主题策划、管理经验的信息量和知识面，开拓学生的活动创意策划思维和巩固相关管理服务技能。

2. 考核方案

序号	成绩构成	考核方案与评价标准	占总成绩百分比
1	平时成绩	课堂参与积极性、出勤情况，项目任务完成质量	20%
2	分项考核	理论知识和进阶性项目任务完成情况	50%
3	期末考试	理论知识和综合项目策划完成情况	30%

教学建议：

本课程综合国内多所高职院校节事活动策划课程的教学标准设计情况进行的通用性教学内容设置，在教学实施过程中，建议教师可根据实际情况作如下安排：

1. 理实一体化教学

本课程以节事活动策划为核心，对活动在创意策划、工作程序、工作内容、逻辑统筹以及相关软件操作、民俗礼仪常识等方面的理论知识和实践经验信息量要求较大，同时能将相应的理论知识转换为具体的活动项目管理与服务实践应用，建议教学中根据相应教学内容采用进阶性理论与实践一体化模式，按相应职业能力阶段要求逐步提升学生的理论和实践的水平与能力。

2. 虚拟和真实任务相结合

根据不同教学内容，教学采用教学虚拟任务和校企合作真实任务等方式；对节事活动项目的主题创意、宣传策划、市场调研、现场服务等教学环节，均可与企业或校内的相关庆典活动进行真实项目任务的实践教学。

3. 教学资源库辅助方式

在教学过程中，教师应充分利用教学资源辅助教学，在项目任务指导、教学情景设计、教学案例、管理软件操作等环节借助相关教学资源提升学生学习的参与积极性、直观性和实效性。

核心课程名称	展示设计		
开课学期	2	学时	64 学时

课程定位：

《展示设计》是会展策划与管理专业核心课程，在专业课程体系中起到以“设计”主导会展中展示艺术效果、功能设计和设计构思等基本设计思维和形成设计统筹管理的主导作用，为其他相应设计课程奠定主题构思和设计策划的通识基础理论和实践应用。

1. 知识目标

- (1) 掌握展示设计基础知识，理解展示设计的功能和实际意义；
- (2) 理解客户的展示设计诉求，与客户沟通的相关知识；
- (3) 了解相关展示设计软件的特点和差异的知识；
- (4) 熟悉展示设计项目各阶段和流程管理与实施的知识；
- (5) 掌握展位位置、现场测量和场馆管理的相关知识；
- (6) 掌握客户品牌和产品特色，进行展位创意设计、展览形式构思的相关知识；
- (7) 熟悉展台主要的结构框架布置、基本材料运用与成本核算的相关知识；
- (8) 掌握设计制图及施工大样图的基本制图规范知识；
- (9) 掌握展示设计艺术和功能构思讲解的知识；
- (10) 熟悉展台配套活动实施与展台实际运作损坏情况预判的相关知识；
- (11) 展示平面视觉包装与艺术设计相关知识；
- (12) 展示三维设计的相关知识；

2. 能力目标

- (1) 具备审美能力，能区分展示设计风格的差异，进行展示设计主题创意构思；
- (2) 能与客户进行有效沟通，进行基本的市场需求判断；
- (3) 能应用相关设计软件进行基本操作，如：Auto CAD、Photoshop、3ds Max、CorelDraw 等；
- (4) 熟悉展示设计项目管理的基本流程，熟悉设计和施工；
- (5) 能进行展位位置和现场测量，并绘制现场平面图；
- (6) 能进行基本的展位布置和展架设计；
- (7) 能提出一般展架布置、材料组合运用的方案及进行基本成本核算；
- (8) 能协助设计制图和出图；
- (9) 具备对品牌和客户的理解能力，能与客户进行设计构思的讲演与沟通；
- (10) 能预判展位实际运作中出现的损坏或一般突发情况的调整和补救；
- (11) 能协助进行展示平面视觉包装与艺术设计，提出独特的创意构思；
- (12) 能协助进行展示三维设计。

主要学习内容：

1. 展示设计审美能力和设计主题创意构思；
2. 与客户进行有效沟通，进行基本的市场需求判断；
3. 相关设计软件进行基本操作；
4. 展示设计项目管理的基本流程；
5. 对品牌和客户的理解能力，设计讲演与沟通；
6. 协助进行展示平面和三维设计。

作业及考核方案：

1. 作业

建议每次课后布置一定工作量的理论知识练习和进阶性项目任务给学生课后完成。作业必须与课堂教学内容有继承性、实践性和延展性，达到理论联系实际、增强学生对展示设计管理与服务理论知识与技术应用掌握的教学目标，同时拓展学生对展示设计在主题创意、设计策划、管理经验的信息量和知识面，开拓学生的展示设计创意思维和巩固相关管理服务技能。

2. 考核方案

序号	成绩构成	考核方案与评价标准	占总成绩百分比
1	平时成绩	课堂参与积极性、出勤情况，项目任务完成质量	20%
2	分项考核	理论知识和进阶性项目任务完成情况	50%
3	期末考试	理论知识和综合项目策划完成情况	30%

教学建议：

本课程主要参照《国家会展设计师职业标准》中的相关知识和能力要求，同时综合国内多所高职院校展示设计课程的教学标准设计情况进行的通用性教学内容设置，在教学实施过程中，建议教师可根据实际情况作如下安排：

1. 理实一体化教学

本课程以展示设计为核心，对设计在主题创意、设计策划、工作程序、工作内容、逻辑统筹以及相关软件操作、客户沟通常识等方面的理论知识和实践经验信息量要求较大，同时能将相应的理论知识转换为具体的展示设计项目管理与服务实践应用，建议教学中根据相应教学内容采用进阶性理论与实践一体化模式，按相应职业能力阶段要求逐步提升学生的理论和实践的水平与能力。

2. 虚拟和真实任务相结合

根据不同教学内容，教学采用教学虚拟任务和校企合作真实任务等方式；展示设计项目的主题创意、设计策划、实际应用等教学环节，均可与企业或校内的相关展示进行真实项目任务的实践教学。

3. 教学资源库辅助方式

在教学过程中，教师应充分利用教学资源辅助教学，在项目任务指导、教学情景设计、教学案例、管理软件操作等环节借助相关教学资源提升学生学习的参与积极性、直观性和实效性。

七、教学进程安排

(一) 教育教学活动按周时间分配表

学年	学期	课堂教学	入学教育	军训	集中实践教学	顶岗实习 毕业报告/论文 毕业教育	考试	机动	合计
一	一	16	1	3	0		1	1	22
	二	16			4		1	1	22
二	三	16			4		1	1	22
	四	16			4		1	1	22
三	五	16			4		1	1	22
	六	0				18		2	20

(二) 课程教学计划进程表

课程分类	序号	课程名称	学分	计划学时			考核方式	学期分配周课时数							
				总计学时	理论学时	实践学时		一	二	三	四	五	六		
								16周	16周	16周	16周	16周	16周		
必修课	1	思想道德修养与法律基础	3.5	64	40	24	考试	2	2						
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3.5	64	40	24	考查		2	2					
	3	形势与政策	1	16	12	4	考试	每学期4学时							
	4	大学语文	3.5	64	40	24	考试	4							
	5	中国传统文化	3.5	64	40	24	考试		4						
	6	大学英语 I	3.5	64	32	32	考试	4							
	7	大学英语 II	3.5	64	32	32	考试		4						
	8	体育 I	2	32	0	32	考查	2							
	9	体育 II	2	32	0	32	考查		2						
	10	计算机应用基础	3.5	64	32	32	考查	4							
	11	职业生涯规划与就业指导	1.5	28	16	12	考查	1					12学时		
	12	军事理论	1	16	16	0	考查	1							
	13	安全教育	1	20	20	0	考查	每学期4学时							
	14	大学生心理健康	1	16	8	8	考查	每学							

							期8 学时						
	15	创新创业教育	1	16	8	8	考查	每学期 4学时					
		小计	35	624	328	284		18	14	2	0	0	0
专业 基础 课	1	会展实务（双语）	3.5	64	32	32	考查	4					
	2	会展文案	3.5	64	32	32	考查		4				
	3	会展英语	3.5	64	32	32	考试			4			
	4	会展礼仪	2	32	16	16	考试				2		
	5	广告策划	3.5	64	32	32	考试				4		
	6	婚庆策划	3.5	64	32	32	考试				4		
	7	招展招商	3.5	32	16	16	考查				2		
	8	展销创意策划(双语)	2	32	16	16	考查				2		
	9	会展旅游	3.5	64	32	32	考查				4		
	10	展示工程与设计	2	32	16	16	考查				2		
	11	会展市场调查	2	32	16	16	考试					4	
	12	参展管理实务	3.5	64	32	32	考试					2	
	13	会展项目管理	3.5	64	32	32	考试					4	
	14	场馆经营与管理	3.5	64	32	32	考试					4	
	15	会展信息	3.5	64	32	32	考试					4	
		小计	42	736	372	364		4	2	4	16	18	0
专业 核 心 课	1	会展策划	3.5	64	32	32	考试	4					
	2	展示设计	3.5	64	32	32	考试		4				
	3	会展营销	3.5	64	32	32	考试			4			
	4	会议运营	3.5	64	32	32	考试			4			
	5	会展现场服务	3.5	64	32	32	考试			4			
	6	节事活动策划	3.5	64	32	32	考试			4			
		小计	21	384	192	192		4	4	16	0	0	0
专业 集 中 实 践	1	入学教育/军训	4	72	16	56	考查	4周					
	2	社会综合实践	2	0	0	0	考查		暑假		暑假		
	3	会展综合实训	1	18	0	18	考查		1周				
	4	会展策划实训	1	18	0	18	考查		1周				
	5	展示设计实训	2	36	0	36	考查		2周				
	6	会展营销实训	1	18	0	18	考查			1周			

联盟人才培养方案



	7	会议运营实训	1	18	0	18	考查			1周				
	8	展览管理实训	1	18	0	18	考查			1周				
	9	节事活动实训	1	18	0	18	考查			1周				
	10	会展礼仪实训	1	18	0	18	考查				1周			
	11	广告策划实训	1	18	0	18	考查				1周			
	12	参展管理实训	1	18	0	18	考查				1周			
	13	婚庆策划实训	1	18	0	18	考查				1周			
	14	展销创意实训	1	18	0	18	考查					1周		
	15	客户管理实训	1	18	0	18	考查					1周		
	16	网络营销实训	1	18	0	18	考查					1周		
	17	展示工程实训	1	18	0	18	考查					1周		
	18	毕业顶岗实习	12	288	0	288	考查						12周	
	19	毕业设计/报告	4	72	0	72	考查						4周	
	小计			38	720	16	704							
选修课	公共选修课	主要开设关于节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养方面的选修课程		8	128	80	48	考查	第2-5学期根据专业特点、个人爱好，按照学院管理方法进行选修					
		应选小计		8	128	80	48		0	2	2	2	2	0
	专业选修课	1	会展摄影摄像	2	32	16	16	考查		2				
		2	展示工程与设计	2	32	16	16	考查		2				
		3	广告策划	2	32	16	16	考查		2				
		4	会展宣传推广	2	32	16	16	考查			2			
		5	新媒体策划	2	32	16	16	考查			2			
		6	活动搭建管理	2	32	16	16	考查				2		
		7	展示空间效果图制作	2	32	16	16	考查				2		
		8	会展电话销售	2	32	16	16	考查				2		
		9	会展视觉设计	2	32	16	16	考查					2	
		10	会展职业经理人认证培训	2	32	16	16	考查					2	
	专业选修课第2、4学期三选二，第3、5学期二选一													
应选小计			12	192	96	96		0	4	2	4	2	0	
总学分/总学时/周课时			156	2784	1004	1640		26	24	24	20	20	0	

(三) 学时与学分分配统计表

学时学分分配		学时分配						学分分配	
		合计	占总学	理论	占总学	实践	占总学	学分	占总学
职业素质 与能力课	理论必修课	1744	62.64%	892	32.04%	840	30.17%	98	62.82%
	实践必修课	720	25.86%	16	0.57%	704	25.29%	38	24.36%
	专业方向选修课	192	6.90%	96	3.45%	96	3.45%	12	7.69%
素质拓展课	选修课	320	11.49%	176	6.32%	144	5.17%	20	12.82%
总计学时		2784	100%	1084	38.94%	1688	60.63%	156	100%
公共基础与基本素质课		752	27.01%	408	14.66%	332	11.93%	43	27.56%
专业群平台课		2032	72.99%	676	24.28%	1356	48.71%	113	72.44%
总计学时		2784	100%	1084	38.94%	1688	60.63%	156	100%

本专业课程总学时为 2784 学时、156 学分，其中公共基础与基本素质课 752 学时、占总学时 27.01%，选修课 320 学时、占总学时 11.49%，实践课 1688 学时、占总学时 60.63%。

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 专业生师比

有与本专业设置规模相适应并获得相应资格证书的任职教师，学生人数与任课教师（含外聘教师、企业兼职教师，不含公共课教师）数之比不高于 25:1。

2. 师资力量及结构

(1) 专业任课教师

青年教师应具备硕士及以上学位；中、高级职称比例达到 60%，其中高级职称比例不低于 30%；专业课任课教师中“双师素质”教师比例不低于 50%。其中，专业课任课教师应具备以下任职条件：

- ①具有高等职业学校及以上教师资格证书。

- ②具有同专业相关的职业资格证书或相应技术职称。
- ③具有扎实的会展理论功底。
- ④具有较强的语言表达能力和课堂组织能力。
- ⑤具有会展企业实际工作经历，熟悉会展工作流程。
- ⑥熟悉掌握会展专业某一学习领域的知识与技能，能顺利完成各项实际操作任务。
- ⑦具有较强的课程开发能力、教学设计能力和现代教育技术应用能力。

⑧具有对学生学习结果做出准确评价的能力。

(2) 校外兼职教师

校外兼职教师占专业教师总数 30%左右。其任职条件为：

- ①遵守教师职业道德规范，爱岗敬业。
- ②具有 5 年以上本专业工作经历。
- ③具有中级以上职称或在大中型企业担任中层以上管理人员、技术能手。
- ④具有较强的语言表达能力和课堂组织能力。
- ⑤具有完成课堂讲授、实习指导、论文指导等教学任务的充足时间。

3. 师资能力

(1) 从教能力

- ①专任教师和实训指导教师应具备半年以上专业实践经历，专业



核心技能课程教师应取得会展策划师、会展管理师等职业资格证书。

②教师要关注行业动态，善行搜集专业信息，具备制作、使用多媒体课件进行教学的能力。

③按照课程标准的要求合理地安排教学内容，组织教学。

④具备运用灵活多样的教学模式、教能学方法进行教学的能力。

⑤具有较强的语言表达能力。

⑥能够将学生的思想道德教育融入教学全过程。

(2) 专业经验

①专任教师因具备会展公司顶岗实践经历半年以上，对会展运作有实际了解，具备较强的实际工作能力。

②专任教师有条件的可在会展行业管理部门挂职半年以上，熟悉会展行业管理的各项要求和指标，掌握会展行业的发展动态。

4.教学团队提升性要求

师资是专业办学的关键。要有专业队伍建设规划，其内容包括：专业第五建设的数量、结构目标；专业带头人、骨干教师培养目标；有可行的团队建设措施，主要包括培养计划和激励政策、经费支持等。应在提高学历、职称层次；提升科研水平，以科研促进教学质量；提供海外留学、培训、进修机会，加强教师队伍建设，构建“双师素质”教师队伍。

(二) 教学设施

教学设施应满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室

面积、设施等应达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求；建立一整套有关实训基地建设的保障制度，加强校内外实训基地建设。

1.实训基地建设标准

有实训基地建设目标；有校企合作共建实训基地的长效机制；实训基地具有生产经营性功能；校企合作实训基地建设和教学模式有创新；有实训基地建设措施。

2.实训装备要求

(1)校内实训基地

①实训场所：具备应用会展模拟软件和会展设计软件的网络环境的计算机机房；会展分岗位操作的展场模拟环境（实训展厅）；模拟展台搭建、展会门禁、展会咨询等外部环境的实训室。

②实训设备：会展工作所涉及的各类用品，如计算机、电话、打印机、扫描仪、文件柜、台签、身份挂牌、谈判桌、合同文本、展台搭建材料与工具、展会门禁系统、美术实训耗材等。

③实训资料：展会经营项目工作文本（展会策划书、活动执行方案、会展应急预案、展位销售合同、展会宣传文案）、展会设计资料（展会设计图案、展会平台视觉包装图集与实例）、会展企业经营管理相关资料（企业制度、企业部门规划与分工职责）等。

④各学习领域对应的模拟实训软件：如会展策划模拟软件、会展服务模拟软件、会展设计软件、会展客户管理模拟软件等。

⑤实训室设备添置更新申报、耗材和日常管理配有专人（实验员或专业教师）负责。

（2）校外实训基地

具备能满足学生半年以上顶岗时习用的校外实训基地。紧密型校外实习基地每年接纳的实习生人数要在5人以上，并与就业挂钩。要制订专业顶岗实习管理实施细则，细化实习管理，每个学生由校内、校外各1名教师负责进行实习指导，责任落实到人，防止出现“实习放羊”现象。

（3）信息网络教学条件

信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。提供快速、便捷的网络服务，与国际互联网相通的校园网络、多媒体教室、供学生上网的计算机机房等。

（三）教学资源

教材的选取要适应高等职业教育教学标准，严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关要求，健全本校教材选用制度，选取权威性、先进性、适用性的教材；有条件的院校，根据需要组织编写校本教材，开发教学资源。

图书馆馆藏图书要足够丰富，满足师生多样化学习需求，借阅方式要灵活多变，有现代化的管理手段；馆藏图书要足够专业，形成具有鲜明特色的藏书体系，适应专业发展的要求。

校园网络资源丰富，加强精品课程网站和专业教学资源库建设，



通过专业课程资源共享平台，提倡学生自主学习，方便师生互动，不断提高教学质量。

（四）教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议，指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标，倡导因材施教、按需施教，鼓励创新教学方法和策略。

1.培养学生创新创业意识和创新创业能力

会展产业属于文化创意类产业，在教学过程中要鼓励学生创新，并通过组织各类技能大赛培养和提高学生的创新创业能力。

2.与业界合作，不断完善课程设计

核心课程需结合院校地域特点，校企合作不断进行基于工作过程的课程开发。遵循企业实际工作任务开发“工作过程系统化”的课程，课程内容的程序化以工作过程为参考。教师要与业界保持紧密联系，不断完善课程的整体设计和单元设计，做到学习情境设计的载体（项目、任务、模板、案例等）来源于企业，实施“做中学、学中做”模式，引导学生通过反复实践操作和创新，熟练掌握各项职业技能。

3.采用项目小组学习形式

采用多样化的教学形式，根据课程特点，开发和设置有针对性的校内实训项目，组织学生以小组形式完成学习任务，培养团队精神，使学生在过程中不断提高搜集、分析、处理信息的能力，不断提

高沟通能力，不断获取成功体验，实现快乐学习。

4.教学手段多样化，充分利用现代信息化手段组织教学

利用现代化的各种教学手段，采用角色扮演、师生互动、翻转课堂、案例分析等先进的教学方法，培养实际动手能力强、符合市场需求的会展专业人才。

5.强化实习指导

教师顶岗实践与学生顶岗实习相结合，充分利用网络资源，对校外顶岗实习实施精细化管理，提高学生对会展行业的认知度和忠诚度。

（五）教学评价

对教师教学、学生学习评价的方式方法提出建议。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

根据课程的不同特点实行多元化考核方式。行业企业应该参与教师教学水平评价和学生实践课程考核，除了平时成绩与期末考试成绩综合评分的传统考核方式外，实践性强的课程可以由平时成绩和实际操作项目两部分评定最终成绩。其中，参加学习（出勤）、理论知识和平时成绩由教师通过对学生学习过程和结果的综合考核，得出学习成绩分值，该部分成绩占 50%或以下，实际操作项目占总分 50%或以上。



课程最终成绩也可以由个人成绩和小组成绩两部分组成。其中，出勤、理论知识和个人训练项目由教师通过对学生学习过程和结果的综合考核，得出学习成绩分值，该部分成绩占 50%。分组进行的训练由老师、学生互评给出小组成绩，组内成员按各自表现和贡献互评，最后得出各成员的得分。教师将每个学生的单人成绩与小组分配成绩相加，得出该课程的最终考核成绩。

（六）质量管理

建立健全校院（系）两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

1.有完善的教学管理制度

学院层面要对人才培养方案进行严格审定，对所有课程教学质量进行教学测评、量化考核。专业层面对每一位任课教师进行教育教学能力培养，教师之间互相学习。不合格不得开课。

2.灵活处理，为学生提供宝贵的职场体验

根据大型会展活动在会展期间需要临场服务人员的特点，每学期在不影响班级整体学习秩序的情况下，学校可安排一次性不超过班级人数 30%的同学，前往会展现场进行相关实习工作。由学校同意统一

安排短期外校实习的学生，当日校内课程按出勤计，但每生每期累计“以会顶课”时间不得累计超过五天。

3.对学生顶岗实习实行精细化管理

在校企合作不断深化的前提下，寻求校企双赢，逐步实现实习岗位集中化、管理常态化。

4.创造条件，不断扩展选修课范围

提倡跨专业、跨系（院）选课，满足学生个性化发展需求。

九、毕业要求

（一）学分要求

按人才培养方案规定，修完所有必修课程，选修课程学分达到规定，成绩合格，达到毕业最低学分要求；本专业毕业，必须取得 156 学分，其中理论必修课程 98 学分、实践课程 38 学分、选修课程 20 学分。

（二）计算机能力要求

国家或地方计算机等级考试（一级）以上证书的水平。

（三）外语能力要求

全国大学生英语应用能力等级 B 级以上证书的水平。

（四）职业资格证书要求

参加相应的职业技能考核，应根据国家相关职业资格证及教育部 1+X 证书认定情况，至少考取一项与本专业职业能力相对应的职业资

格证书，如：

1. 会展业职业经理人；
2. 陈列展览设计员；
3. 与会展相关的职业资格证书。

本联盟人才培养方案将会展职业经理人认证证书作为 1+X 试点证书和学分互认课程，获取该证书学员可替代专业选修课或素质拓展课 2 学分。

（五）继续专业学习深造建议

会展策划与策划专业学生在本专业高职课程学习完毕后，如希望继续深造，可选择专升本考试中会展类、广告类、展示设计类本科相关专业进行报考。同时，也可利用工作空余时间报考自考或远程教育类本科相关专业；或待工作经验满五年后，申请参加在职研究生考试。

十、人才培养方案说明

1. 本人才培养方案的设计主要根据教育部职成司人才培养方案制订的相关规定，并参考《高等职业学校专业教学标准（旅游大类）》（教育部职业教育与成人教育司，2012 年版）中高等职业学校会展策划与管理专业教学标准。

2. 职业对应的行业及职业类别或技术领域依据和对应《国家国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）、《国家职业分类大典：职业分类与代码》（GB/T6565-2015）的相关分类；所对应的职业知识和能



力要求，分别参照《会展策划师国家职业标准》《会展设计师国家职业标准》《会展职业经理人资质条件》《陈列展览师国家职业标准》《营销师国家职业标准》《品牌管理师国家职业标准》《装饰美工国家职业标准》及会展行业企业通用的职业岗位能力要求。

3. 在教育部会展策划与管理专业教学资源库上的相应课程，联合参建单位可进行择优作为学分互认试点课程，在专业选修课、素质拓展课等课程学分中予以互认；本人才培养方案由国家会展策划与管理专业教学资源库联合参建单位联合制订。