

高职高专会展策划与管理专业教学标准

会展策划与管理 专业教学标准

牵头单位：浙江经贸职业技术学院
二〇一一年八月

高职高专会展策划与管理专业 教学标准课题组成员

课题负责人

丁萍萍 教授 系主任 浙江经贸职业技术学院人文旅游系

课题组成员

张俊磊 讲师 教研室主任 浙江经贸职业技术学院人文旅游系

李曙明 教授 院长 浙江经贸职业技术学院

刘广新 讲师 博士 浙江经贸职业技术学院人文旅游系

刘雅琪 讲师 硕士 浙江经贸职业技术学院人文旅游系

江俐蓉 讲师 硕士 浙江经贸职业技术学院人文旅游系

钱小轮 讲师 浙江经贸职业技术学院人文旅游系

目 录

一	专业名称	3
二	专业代码	3
三	招生对象	3
四	学制与学历	3
五	就业面向	3
六	培养目标与规格	3
七	职业资格证书	5
八	课程体系与核心课程	5
	(一) 课程体系	5
	(二) 核心课程	7
	(三) 课程结构比例	9
	(四) 教学周数安排	9
	(五) 指导性教学进程表	9
九	专业办学基本条件和教学建议	10
	(一) 专业教学团队	11
	(二) 教学设施	12
	(三) 教材及图书、数字化(网络)资料等学习资源	13
	(四) 教学方法、手段与教学组织形式建议	13
	(五) 教学评价、考核建议	14
	(六) 教学管理	14
十	继续专业学习深造建议	14

一、专业名称

会展策划与管理

二、专业代码

640107

三、招生对象

普通高中毕业生/“三校生”（职高、中专、技校毕业生）

四、学制与学历

三年制，专科

五、就业方向

与本专业最直接相关的就业职业领域为会展公司与会展场馆、高星级酒店等企业；其岗位群如下表所示：

就业范围	初始岗位群	发展岗位群
会展公司与会展场馆	展会服务、展位营销、展位设计、会展活动策划； 酒店会务部业务员； 企业行政管理文员。	展会项目经理； 企业设计主管（或总监）； 企业运营主管（或总监）； 企业中、高层管理。
其他相关企业	参展策划、展位服务、企业营销策划、企业活动策划； 行政管理文员。	营销主管（或总监）； 企划主管（或总监）； 企业中、高层管理。

六、培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养拥护党的基本路线，掌握必需的文化科学知识和会展专业知识和职业技能，具有良好的职业素质和创新创业意识，在会展以及相关行业从事策划、设计、营销、服务、管理等岗位工作的，面向生产、建设、服务、管理第一线岗位需要的，德、智、体、美等方面全面发展的高素质技能型专门人才。

（二）培养规格

1. 职业素质要求

热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，懂得马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想的基本原理，树立爱国主义、集体主义和社会主义思想，具有良好的思想品德；在具有必备的基础理论知识和专门知识的基础上，重点掌握从事本专业领域实际工作的基

本能力和基本技能；具备较快适应生产、建设、服务、管理第一线岗位需要的实际工作能力和素质；具有创新精神、良好的职业道德和健全的体魄。

2. 专业知识要求

- (1) 掌握市场营销学的理论和方法；
- (2) 掌握会展策划与管理的基础理论和基本知识；
- (3) 掌握绘画，尤其是三维绘画的基本原理和知识；
- (4) 具有较好的美学和文学功底。

3. 专业能力要求

- (1) 能独立进行市场调研，策划会展（参展）方案和广告方案；
- (2) 掌握对各种项目方案进行经济核算的能力；
- (3) 熟练掌握项目设计所需的各种绘图技巧；
- (4) 能熟练使用电脑进行项目设计（平面、三维）；
- (5) 具有较强的业务洽谈能力（普通话、英语）和市场推广能力；
- (6) 具有较高的项目管理能力；
- (7) 具备良好的学习能力。关注本行业发展动态，不断更新专业知识。

4. 职业态度要求

- (1) 遵纪守法，恪尽职守；
- (2) 敬业爱岗，积极进取；
- (3) 文明礼貌，热情服务；
- (4) 诚实守信，团结协作；
- (5) 勤勉好学，追求卓越。

七、职业证书

本专业学生除达到所在学院要求的大学英语和计算机等级考试要求外，至少应取得以下职业资格证书中的一项：

- (1) 国家职业资格会展策划师（必考）
- (2) 国家职业资格会展设计师（选考）
- (3) 国家职业资格陈列展览设计员（选考）
- (4) 其他与会展相关的职业资格证书。

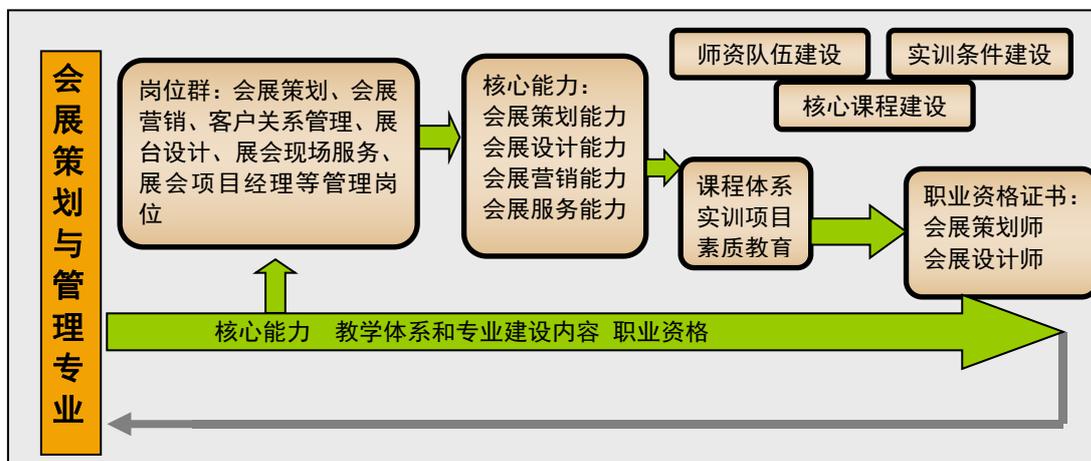
八、课程体系与核心课程（教学内容）

从职业与岗位需求出发，校企合作进行课程设计。对会展策划与管理专业学生的职业能力进行分析，确定核心技能，设置相应课程，培养学生的适岗综合能力。

（一）课程体系

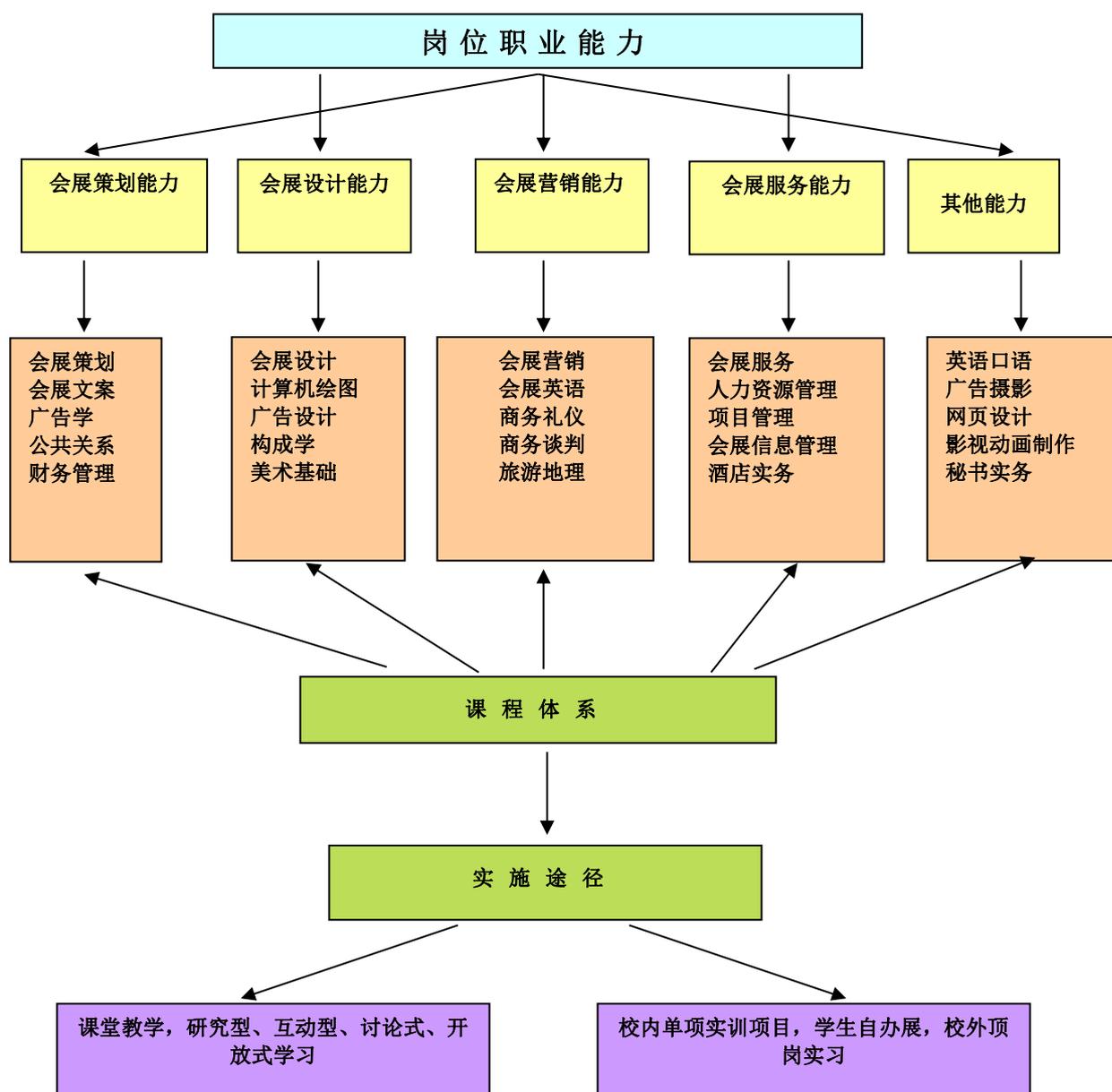
包括公共基础课程、专业课程、综合实践课程、选修课程四大类。

会展核心课程培养会展专业人才所必须学习和掌握的核心专业知识和关键技能，对培养学生职业能力起支撑作用。下图为本专业职业能力本位的教学体系构架，在会展职业核心能力中，培养会展策划、会展设计、会展营销、会展服务能力是本专业的的主要任务。



《会展策划》、《会展设计》、《会展营销》、《会展服务》4门核心课程实践性都很强。其教学目标：使学生掌握将来从事会展工作所必需的展会策划、展会设计、展会营销、展会服务方面的核心知识和技能，培养高素质技能型会展专业人才。

会展核心课程与其他课程的关系见下图：



会展专业岗位职业能力分析与“职业能力模块化教学”课程体系

(二) 核心课程

核心课程均需结合院校地域特点，校企合作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，课程内容的序化以工作过程为参照物。教师要与业界保持紧密联系，不断完善课程整体设计和单元设计，做到学习情境设计的载体（项目、任务、模块、案例等）来源于企业，实施做中学、学中做，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。

核心课程的关键能力要求如下：

高职高专会展策划与管理专业教学标准

就业岗位	学习领域	专业能力	社会能力	方法能力
展会服务	会展服务	(1) 能进行周密的展会现场接待 (2) 能安排通畅的展会交通 (3) 能进行相关的商务服务 (4) 能组织展会的安保和清洁工作 (5) 能组织展品的运输通关 (6) 能进行紧密的客户跟踪服务 (7) 能组织展会的礼宾、翻译及法律咨询服务	(1) 能与展会组织者、参展商、观众进行积极的沟通 (2) 能与展会的各方进行愉快的合作 (3) 能根据行业的行为规范,来判断、控制和评价自己和别人的行为 (4) 能承受比较大的工作压力乃至失败、挫折以及不公正的待遇 (5) 能够约束自己的行为	(1) 能够制订切实可行的行动计划 (2) 能快速处理与展会相关的各种信息 (3) 能合理分配资金的使用 (4) 能有效地协调展会各方的工作 (5) 能独立地获取新的信息、培养新的技能 (6) 能分析问题的原因并快速做出决策
展位营销	会展营销	(1) 能掌握展会不同的推介方法;制定展会推介方案 (2) 能制定招展方案 (3) 能设计与制作招展书 (4) 能掌握电话、传真、Email、拜访等招展技术 (5) 能拟参展合同 (6) 能制定招商方案 (7) 能建立观众数据库 (8) 能设计与制作参观者邀请函 (9) 能掌握电话、传真、Email、拜访等招商技术 (10) 能正确选择展馆,合理进行展区展位布局 (11) 能绘制展会相关图纸 (12) 能设计与制作会刊、宣传册	(1) 能具备较好的市场营销能力 (2) 能制定各种营销方案 (3) 能掌握电话、拜访、直邮、传真、Email等各种推销手段 (4) 能签订合同 (5) 能收集信息,建立信息数据库	(1) 能掌握一般的市场营销方法 (2) 能掌握各种推销手段 (3) 能掌握展会推介方法 (4) 能掌握建立信息数据库的方法 (5) 能掌握合同知识 (6) 能进行展会招展招商 (6) 能进行会议组织 (7) 能掌握会刊及各种宣传册的设计与制作
展位设计	会展设计	(1) 能对会展设计内容有正确的认知 (2) 能判断区分会展设计风格的差异 (3) 能对设计软件有正确的认知 (4) 能理解设计在会展宣传中的重要性 (5) 能设计较好的会展平面视觉包装方案 (6) 能设计较好会展三维设计方案	(1) 能综合利用设计能力为会展行业服务 (2) 能从会展设计中总结出设计的普遍性 (3) 能与专业设计师有较深入的沟通能力 (4) 能对设计流程有正确的认知 (5) 能对设计品有正确的审美和市场判断	(1) 能掌握一般设计基本思路 (2) 能掌握基本平面设计软件使用方法 (3) 能掌握三维设计软件使用方法 (4) 能理解设计方法与设计手段的关系 (5) 能掌握展会综合设计能力和方法

高职高专会展策划与管理专业教学标准

项目 经理 助理	会展 策划	(1)	能编写简单的会展调查问卷	(1)	能对会展环境与战略进行分析	(1)	能熟练掌握会展活动的流程
		(2)	能设计三日内的会议议程安排	(2)	能对会展项目进行基本预算	(2)	能熟悉会展策划的方法
		(3)	能做好项目财务预算	(3)	能对会展项目进行风险分析	(3)	能确定会展服务商
		(4)	能设计会展活动策划书	(4)	能把握展会活动的总体时间进程	(4)	能进行会展现场服务策划
		(5)	能对会展项目进行可行性分析	(5)	能对会展项目进行后期跟踪管理	(5)	能进行招展策划和宣传推广
		(6)	能进行基本的会展立项策划				

(三) 课程结构比例

课程类别	课程学时比例	学时	学时分配	
			理论教学	实践教学
公共基础课	20.1	504	504	
专业 课	32.6	816	496	320
综合实践课	37.1	928		928
选 修 课	10.1	252	232	20
占总学时比例			49.3	50.7

注：“课程学时比例”指各类课程占课堂教学总学时的比例。

(四) 教学周数安排

各教学环节总周数分配表

学期	课堂 教学	校内综 合实训	顶岗 实习	毕业 实习	毕业 设计 /论文	军训 始业教育	考试	机动	合计
一	15					2	1		18
二	18						1	1	20
三	16	2					1	1	20
四	16	2					1	1	20
五			18				1	1	20
六				14	2				16
合计	65	4	18	14	2	2	5	4	114

(五) 指导性教学进程表

高职高专会展策划与管理专业教学标准

课程分类	序号	课 程	学分	总学时	考试学期	考查学期	学期分配周课时数					
							学期一 15周	学期二 18周	学期三 16+2周	学期四 16+2周	学期五 18周	学期六 16周
必修 课	公共 基础 课	1 “基础”	3	48		1	3					
		2 “概论”	4	64		2		4				
		3 形势与政策教育	1	64		1-4						
		4 军事理论课	1	36		1						
		5 大学英语	8	128	1-2		4	4				
		6 计算机应用基础	3	48	2			3				
		7 体育	6	96	1-4		2	2	1	1		
		8 大学生职业生涯设计	1	20		2		1				
	专业 课	9 美术基础	4	60		1	4					
		10 会展概论	2	30		1	2					
		11 经济法	2	30		1	2					
		12 构成学	4	72	2			4				
		13 广告设计	4	64		2		4				
		14 会展专业英语	4	64		3			4			
		15 财务管理	3	48	3				3			
		16 项目管理	3	48	3				3			
		17 会展策划	4	64	3				4			
		18 会展设计	8	128	4	3			4	4		
		19 会展营销	4	64	4					4		
		20 会展服务	4	64	4					4		
		21 商务礼仪	2	32		4				2		
		22 会展信息管理	3	48		4				3		
	综合 实践 课	23 社会实践	2					假期				
		24 项目管理综合实训	3	48		3			2周			
		25 会展实务综合实训	3	48		4				2周		
		26 顶岗实习	18	432		5					18周	
		27 毕业实习	14	336		6						14周
		28 毕业论文（设计）	4	64		6						2周
单元小计			122	2248								
选修 课	专业 选修 课	1 网页设计	2	36		4			2			
		2 大众文化传播	2	36		2		2				
		3 服务心理学	2	36		1	2					
		4 商务谈判	2	36		2		2				
		5 会展文案	2	36		4			2			
		6 酒店管理实务	4	60		3			4			
		7 秘书实务	4	60		3			4			
		8 英语口语	2	36		3			2			
		9 旅游地理	2	36		1	2					
		10 公共关系	2	36		2		2				
	应选小计			10	180							
公共选修课			4	72			3*12	3*12				
单元小计			14	252								
总学分/总学时/周课时			136	2500			21	28	24	22		

九、专业办学基本条件和教学建议

（一）专业教学团队

配备足量、合格、专兼结合的教学团队，保证各项教学工作顺利开展。围绕专业人才培养目标的要求，构建一支教学能力强、实践能力丰富、结构合理的专业教学队伍，专业队伍强调“双师结构”，专任教师强调“双师素质”。

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。教师数量（含外聘教师、企业兼职教师）应按师生比例 1: 18 左右配备。

2. 师资力量及结构

专业任课教师：

- ①青年教师应具备硕士及以上学位；
- ②中、高级职称比例达到 60%，其中高级职称比例不低于 20%；
- ③专业课任课教师中双师素质教师比例不低于 50%。

专任教师应具备以下任职条件：

- 具有高等职业学校及以上教师资格证书；
- 具有同专业相关的职业资格证书或相应技术职称；
- 有扎实的会展理论功底；
- 有较强的语言表达能力和课堂组织能力；
- 有会展企业实际工作经历，熟悉会展工作流程；
- 熟练掌握会展专业某一学习领域的知识与技能，能顺利完成其中各项实际操作任务；
- 有较强的概括能力，能解决本学习领域实际工作中的问题；
- 具有创设问题情境、选择与确定问题、讨论与提出假设、业务实践和对学生学习结果

作出准确评价的能力。

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：

- 遵守教师职业道德规范，爱岗敬业；
- 具有 5 年以上本专业工作经历；
- 具有中级以上职称或大中型企业中层以上管理人员，技术能手；
- 具有较强的语言表达能力和课堂组织能力；
- 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

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；

教师要关注行业动态，善于搜集专业信息，具备制作、使用多媒体课件进行教学的能力；
能按照课程标准的要求合理安排教学内容，组织教学；
具备运用灵活多样的教学模式、教学方法进行教学的能力；
具有较强的语言表达能力；
能够将学生的思想道德教育融入到教学全程。

(2) 专业经验

专任教师应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；

专任教师有条件的可在会展行业管理部门挂职锻炼半年以上，熟悉会展行业管理各项要求和指标，掌握会展行业发展动态。

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：①专业队伍建设的数量、结构目标；②专业带头人、骨干教师培养目标；③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。

应在以下几个方面加强队伍建设：①双师素质教师队伍构建；②提高学历、职称层次；③提升科研水平，以科研促教学；④提供海外留学、培训、进修机会。

(二) 教学设施：

拥有足够数量的校内外实训基地是培训学生会展运作能力的必要条件。目前我国会展院校中普遍存在校内实训场地、设备和管理人员不足，校外实训基地管理松散等问题，为保证教学质量，学校应与企业合作，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

● 校内实训基地

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；

实训材料设备：会展工作所涉及到的各类用品，如电脑、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。

实训用资料：展会经营项目工作文本（展会策划书、活动执行方案、展会应急预案、展位销售合同、展会宣传文案）、展会设计资料（展台设计图集、展会平面视觉包装图集与实例）等、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。

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。

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。

●校外实训基地

具备能满足学生至少三个月以上顶岗实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数要在5人以上，并与就业挂钩。要制定专业顶岗实习管理实施细则，细化实习管理，每个学生有校内校外两位老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

建设完善专业教学资源库。积极推行对学生顶岗实习进行网络化管理。

（三）教材及图书、数字化（网络）资料等学习资源

图书馆馆藏图书能满足学习需要，专业相关书籍种类丰富；校园网信息畅通；加强精品课程网站和专业教学资源库建设，通过建立资源共享平台，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、手段与教学组织形式建议

1. 重视学生创新创业意识和创新创业能力的培养。会展产业属于文化创意类产业，在教学过程中要注意鼓励学生创新，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. 重视课程开发。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，课程内容的序化以工作过程为参照物。教师要与业界保持紧密联系，不断完善课程整体设计和单元设计，做到学习情境设计的载体（项目、任务、模块、案例等）来源于企业，实施做中学、学中做，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. 多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，使学生在学习过程中不断提高搜集信息、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。利用现代化的各种教学手段，采用角色扮演、师生互动、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、考核建议

根据课程的不同特点实行多元化考核方式。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成绩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%。分组进行的训练由教师、同学互评给出小组成绩，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。

每门课程的考核方式教师必须在开课初期即予以明示。

学生校外实习的成绩，由校外实习指导老师和校内实习指导老师共同给出。

（六）教学管理

1. 有完善的教学管理制度。学院层面对人才培养方案进行严格审定，对所有课程的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职业教育教学能力培养，教师之间互相学习。可实施教师每学期开课说课，不过关不得开课。

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开展期间突击性需要临场服务人员的特点，特事特办。每学期在不影响班级整体学习秩序的情况下，可安排一次性不超过班级人数 30%的同学，前往展会现场服务。由学校统一安排短期校外实习的学生，当日校内课程按出勤计，但每生每学期累计“以会顶课”时间累计不得超过 5 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（分院）选课，满足学生个性化发展需求。

十、继续专业学习深造建议

本专业毕业生可以通过专升本、自学考试等方式继续接受更高层次教育，其专业面向主要为旅游管理、工商管理、市场营销等。