**2025级葡萄酒文化与营销专业****人才培养方案**

**山东城市服务职业学院**

**2025年5月**

**目 录**

一、专业名称及代码 1

二、入学要求 1

三、修业年限 1

四、职业面向 1

五、培养目标与培养规格 1

（一）培养目标 1

（二）培养规格 2

六、培养模式 4

七、课程设置及要求 4

（一）课程体系构建思路 4

（二）课程体系架构 8

（三）公共基础课程 9

（四）专业（技能）课程 11

（五）专业核心课程描述 17

（六）素质拓展课程 20

八、学时安排 21

九、教学进程总体安排 21

（一）课程设置及教学计划表 22

（二）实践教学计划表 27

（三）综合实训活动安排表 30

（四）岗位实习活动安排表 30

十、实施保障 31

（二）教学设施 33

（三）教学资源 36

（四）教学方法 36

（五）学习评价 37

（六）质量管理 38

十一、毕业要求 38

# **一、专业名称及代码**

专业名称：葡萄酒文化与营销；专业代码：540108

# **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。（正文，宋体，小四**，**全文1.5倍行距）

# **三、修业年限**

三年制，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

# **四、职业面向**

**表4-1 XX专业职业面向（表头：宋体，五号，加粗）**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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（54） | 旅游（5401） | 餐饮业（62）、商务服务业（72） | 餐厅服务员（4-03-02-05）、企业经理（1-06-01-02）、营销员（4-01-02-01）互联网营销师S（4-01-06-02）、调酒师（4-03-02-09）侍酒师（4-03-02-12） | 侍酒师酒水经理葡萄酒采购顾问葡萄酒销售酒庄接待葡萄酒报刊编辑酒庄酒窖运营管理者酒吧管理者葡萄酒培训师葡萄酒营销策划葡萄酒旅游向导 | 葡萄酒推介与侍酒服务品酒师侍酒师调酒师餐饮管理运行新媒体营销师酿酒师酒精酿造工咖啡师 |

#

# **五、培养目标与培养规格**

## （一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向餐饮业、住宿业和商务服务业的侍酒师、酒水经理、葡萄酒采购顾问、葡萄酒销售、酒庄接待、葡萄酒报刊编辑、葡萄酒培训师等岗位（群），能够从事侍酒服务、葡萄酒销售、葡萄酒鉴别、葡萄酒培训、文案策划与撰写、活动策划、客户管理、经营管理等工作的高技能人才

## （二）培养规格

### 1.素质方面

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能。

（1）具有良好的职业道德和信誉、敬业精神和责任心、健康的心理和体魄；

（2）具有良好的工作态度、工作作风、表达能力和适应能力；

（3）具有良好保密意识和对企业的忠诚度；

（4）具备良好的人际交往能力、团队合作精神和优质服务意识；

（5）具备安全、环保、节能意识和严格按照行业安全工作规程进行操作的意识；

（6）具有对新知识、新技能的学习能力，能适应不断变化的工作需求；

（7）具备良好的执行能力、职业竞争和创新意识；

（8）具有一定的审美和人文素养，具备较好的传统文化底蕴，秉承中华民族礼仪风范，能够形成一两项艺术特长或爱好；

（9）热爱酒水文化，具有积极，正向传播葡萄酒消费幸福观的行业责任感。

（10）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（11）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

### 2.知识方面

（1）掌握必备的思想政治理论、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、消防安全等相关知识；

（3）掌握英语及基础法语，计算机操作，应用文写作等岗位办公、文化交流的基本知识；

（4）掌握服务接待、社交礼仪、公共关系、消费心理学原理及应用等相关知识；

（5）掌握葡萄酒及饮品行业经济、文化、政治、法律、风土、商贸等专业知识；

（6）掌握葡萄酒及饮品宣传文案、鉴别选品、窖存管理、运营管理等相关技能；

（7）具备葡萄酒市场营销、品牌营销、市场管理及产区文化推广等相关能力；

（8）熟悉新媒体等互联网营销的基本知识，了解产业新业态，人工智能、数字化等新技术在行业中的应用。

（9）掌握服务接待、社交礼仪、公共关系、消费心理等知识，以及葡萄酒行业经济、文 化、政治、法律、风土、商贸方面的专业基础理论知识；

### 3.能力方面

（1）通用能力

* 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；
* 具有安全管理和公共卫生突发事件处置的能力；
* 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；
* 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析 问题和解决问题的能力；
* 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯，具备一定的心理调适能力；
* 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（2）专业能力

* 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵 守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；
* 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等 文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；
* 具有运用葡萄种植、葡萄酒酿造、葡萄酒产区文化、葡萄酒贸易法规等知识进行葡 萄酒服务的能力；
* 具有葡萄酒销售与服务、文案策划、鉴别选品、窖存管理等技能；
* 具有葡萄酒市场营销、客户关系管理及葡萄酒文化推广的能力；
* 具有较高的葡萄酒市场信息收集、统计、分析及应用的能力；

# **六、培养模式**

1.通识教育与专业教育相结合：加强通识教育，拓宽学生知识面，提高综合素质；加强专业教育，培养学生的专业能力和技能。

2.理论教学与实践教学相结合：加强理论教学，夯实学生基础；加强实践教学，提高学生的实践能力和创新能力。

3.课堂教学与第二课堂教学相结合：充分利用课堂教学资源，提高教学效果；积极开展课外活动，拓宽学生视野，提高综合素质。

4.校企合作工作坊模式，进行校企合作育人，让学生在学校体验一线的工作场景，增强实践能力。

5.国内培养与国际交流相结合：加强国内培养，提高学生专业水平；积极开展国际交流，培养学生的国际视野和跨文化交流能力。

6.2+0.5+0.5三段三年培养模式。两年四学期在校学习；半年企业跟岗见习，工学交替，校企协同培养；半年企业顶岗实习。

# **七、课程设置及要求**

## （一）课程体系构建思路

构建厚基础、宽口径、精方向；三层互融、产教融合、课程思政的专业群课程体系。样例如下：



**图7-1 葡萄酒文化与营销专业群课程体系课程架构图**



**图7-2 葡萄酒文化与营销专业群课程体系结构图**

绘制图职业岗位、典型工作任务及学习领域划分图，如下：



**图7-3 葡萄酒文化与营销专业的职业岗位、典型工作任务及学习领域划分**

**表7-1 典型工作任务与课程支撑关系表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **典型工作任务** | **职业能力** | **培养途径****（主要课程）** |
| 1 | 客户开发与葡萄酒销售 | 素质要求：1.以客户需求为导向，耐心处理售后问题，维护长期合作关系2.订单执行、合同细节等高度负责，避免因粗心导致业务损失。知识要求：1.熟悉客户开发流程（餐饮渠道、零售终端等），掌握基础销售技巧（如需求挖掘、报价谈判）。2.（1）理解市场推广工具（如品鉴会、线上营销）的运作逻辑，能协助制定简单促销方案。3.掌握葡萄品种、产区特点、酿造工艺、等级体系等基础理论，熟悉常见葡萄酒类型（如干红、干白、起泡酒）的品鉴方法与风格差异。能力要求：1.适应市场变化，灵活调整销售策略（如从传统渠道转向电商或社群营销）。2.能用通俗易懂的语言向非专业客户传递产品价值（如配餐建议、品牌故事），并清晰解答疑问3.了解国际认证体系（如法国AOC、意大利DOCG）及基本酒标解读能力 | 葡萄酒营销实操葡萄酒营销与贸易葡萄酒基础知识葡萄酒配餐葡萄酒历史与风土 |
| 2 | 消费者服务与文化体验 | 素质要求：1.持热情友好的态度，主动观察游客需求2.尊重游客文化差异（如国际游客的饮酒习惯、宗教禁忌），调整讲解内容知识要求：1.能清晰讲解酒庄独特性，并关联到实际品鉴体验中2.熟练掌握酒庄历史背景、葡萄种植理念（如有机种植、生物动力法）、酿造工艺（发酵、陈酿方式）及核心产品特点（如年份差异、橡木桶使用）能力要求：1.掌握故事化表达技巧，将酿酒过程、酒庄文化转化为生动易懂的讲解内容2.应变能力和处理问题的能力 | 葡萄酒基础英语葡萄酒服务实操中外饮食文化 |
| 3 | 为客户提供葡萄酒侍酒服务 | 素质要求：1.专业礼仪与细致服务2.持续学习与跨文化敏感度适应多元文化需求（如伊斯兰客人避免酒精推荐、西方客人重视产区故事）素质要求：1.专业礼仪与细致服务2.持续学习与跨文化敏感度适应多元文化需求（如伊斯兰客人避免酒精推荐、西方客人重视产区故事）知识要求：1.葡萄酒和烈酒的专业知识，精通全球核心产区（如勃艮第、纳帕谷）、葡萄品种特性及陈年潜力，掌握酒款适饮期判断方法2.掌握专业侍酒流程：开瓶、醒酒、试酒、斟酒能力要求：1.餐酒搭配与客户需求分析2.酒单设计能力 | 酒类品鉴训练啤酒文化与品鉴烈酒文化与品鉴葡萄酒侍酒服务筵席设计与宴会组织 |
| 4 | 寻找优质葡萄酒货源 | 素质要求：1.诚信意识，确保货源的真实性2.守法意识，贵博法律和商业风险知识要求：1.深度的葡萄酒专业知识包括产区风土、酿造工艺和品鉴知识2.供应链金额国际贸易知识，包括进口清关流程、物流仓储管理、国际支付与汇率风险等能力要求：1.具备优质供应商的开发与谈判能力2.能够鉴别酒水品质，评估投资价值3.具备数据分析和决策能力 | 葡萄酒商务谈判与贸易葡萄品种与葡萄酒品鉴 |
| 5 | 调酒等新品研发 | 素质要求：1.严谨性与耐心2.保密与合规意识知识要求：1.酒水科学基础知识，包括原料和工艺知识，掌握食品化学、微生物发酵原理（如酵母菌种特性）、风味物质分析2.熟悉行业法规，如添加剂使用标准、标签合规性能力要求：1.消费趋势洞察能力2.实验设计与数据分析3.跨界融合能力，鉴咖啡、茶饮行业技术（如冷萃、奶盖）创新调酒形式。 | 葡萄酒分析检验软饮制作与赏析咖啡制作调酒制作 |
| 6 | 活动策划与品牌推广 | 素质要求：1.敏锐的洞察与跨界思维2.协调内外部资源（如行业协会、媒体关系），放大品牌声量3.重多元文化（如节日禁忌、地域习俗），避免营销“翻车”知识要求：1.品牌定位与传播理论2.市场趋势与消费者洞察3.内容营销和数字工具，掌握主流平台算法规则（如抖音推荐机制、微信私域流量运营）能力要求：1.创意策划与落地执行2.数据驱动与效果优化3.危机公关与舆情管理 | 葡萄酒营销服务综合实训新媒体策划与运营葡萄酒广告创意与策划 |
| 7 | 区域管理与国际贸易 | 素质要求：1.跨领域管理能力2.丰富的行业经验和全球化发展视野知识要求：1.分析消费者行为数据，优化品牌溢价策略2.学会管理品牌文化IP开发3.熟悉全球分销体系和采购网络能力要求：1.具备酒会策划和投资管理能力2.具备金融化运营能力 | 餐饮服务与数字化运营葡萄酒国际贸易实务 |
| 8 | 数据管理与市场分析以及制定市场战略 | 素质要求：1.抗压能力2.跨部门协作与全局观知识要求：1.市场与行业深度认知，掌握行业趋势，制定针对性销售策略。2.销售管理与财务知识3.产品与供应链体系知识能力要求：1.团队管理和领导能力2.战略规划和谈判能力 | 管理学成本控制与核算 |

## （二）课程体系架构

课程分为公共基础课程、专业（技能）课程和素质拓展课程三类。公共基础课程包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）三部分。专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。

**表7-2 课程体系构成及学分分配表（表头：宋体，五号，加粗）**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **学分** | **学时** | **占比** | **必修** | **限选** | **任选** |
| **公共基础课程** | 47 | 870 | 32% | 39 | 4 | 4 |
| **专业（技能）课程** | **专业基础课** | 12 | 192 | 7% | 16 | —— | —— |
| **专业核心课** | 37 | 872 | 32% | 44 | —— | —— |
| **专业实践课** | 37 | 592 | 22% | 26 | —— | —— |
| **专业方向课** | 6 | 96 | 4% | —— | 6 | —— |
| **素质拓展课** | 4 | 64 | 2% | —— | —— | 4 |
| **合计** | 143 | 2670 | 100% | 125 | 10 | 8 |

## （三）公共基础课程

公共基础课程47学分，占总学分的32%，具体包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）。

### 1.公共必修课

本专业开设的公共必修课，公共必修课共39学分。具体情况详见表7-3。

**表7-3 公共必修课程一览表**

| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹学院** | **建议开设学期** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 48 | 3 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 32 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 3 | 思想道德与法治 | 48 | 3 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 4 | 形势与政策 | 32 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 在校（1-4学期）每学期8课时 |  |
| 5 | 中国共产党党史 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 6 | 思想政治理论课实践教学 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 |  |
| 7 | 大学英语 | 128 | 8 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 | 学生从两门中任选一门 |
| 大学日语 |
| 8 | 体育与健康（公共体育） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 9 | 体育与健康（专项一） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 10 | 体育与健康（专项二） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第三学期 |  |
| 11 | 管理学基础 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 12 | 劳动教育 | 16 | 1 | 各二级学院 | 第一或第二学期 |  |
| 13 | 国家安全教育 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 14 | 信息技术 | 48 | 3 | 教务处（科研与规划处、院士工作站） | 第二学期 |  |
| 15 | 军事技能 | 112 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |  |
| 16 | 军事理论 | 36 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第二学期 |  |
| 17 | 心理健康教育 | 32 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |  |
| 18 | 职业发展与就业指导 | 38 | 2 | 招生与就业处 | 在校学期分模块开设 |  |

### 2.公共限选课

本专业开设的公共限选课，具体情况详见表7-4。

**表7-4 公共限选课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹学院** | **建议开设学期** | **建议开设专业** |
| 1 | 礼仪 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第三或第四学期 | 由各专业自行选择 |
| 2 | 中华民族共同体概论 | 32 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一或第二学期 | 由各专业自行选择 |
| 3 | 创新创业教育 | 16 | 1 | 创业创新中心 | 第三、第四学期 | 所有专业 |

### 3.公共任选课

公共任选课为公共选修课程，包括公共艺术类、传统文化类、创新创业类、人文素养类、自然科学类、信息技术类等课程，学生在第二至第五学期从学院提供的公共任选课程清单中进行选修，选修4个学分，具体由教务处统筹。

## （四）专业（技能）课程

专业（技能）课程92学分，占总学分的66%，包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。

### 1.专业基础课程

专业基础课程设置6门，包括葡萄酒基础英语、葡萄酒基础知识、葡萄酒广告创意与策划、葡萄酒历史与风土、中外饮食文化、成本核算与控制。

### 2.专业核心课程

专业核心课程设置6门，包括酒类品鉴训练、葡萄酒侍酒服务、葡萄种植与葡萄酒酿造、餐饮服务与数字化运营、新媒体策划与运营、葡萄酒配餐。

### 3.专业实践课程

专业实践课程是为培养学生的基本实践能力与操作技能、专业技术应用能力与专业技能、综合实践能力与综合技能所开设的课程。根据专业岗位对葡萄酒文化与营销专业人才的复合性要求设置17门。包括葡萄品种与葡萄酒品鉴I、葡萄品种与葡萄酒品鉴II、葡萄酒分析检验、咖啡制作、调酒制作、葡萄酒国际贸易实务、葡萄酒营销实操、葡萄酒服务实操、葡萄酒营销服务综合实训、软饮制作与赏析、烹饪工艺与菜肴制作（一）、烹饪工艺与菜肴制作（二）、中西名点赏析、葡萄酒标准与法规、葡萄酒商务谈判与贸易、市场营销、西餐名菜赏析。

### 专业方向（选修）课程

专业方向（选修）课程设置3门/模块，主要有现代餐饮管理、营养配餐、烈酒文化与品鉴、筵席设计与宴会组织、鸡尾酒赏析、啤酒文化与品鉴，学生在第一和三学期分别选则其中3门/模块进行修读，应至少完成6学分。

**表7-5 专业（技能）课程教学计划安排表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程性质** | **课程名称** | **学分** | **学时** | **开设学期** | **课程主要内容** |
| 专业基础课程 | 葡萄酒基础英语 | 2 | 32 | 第一学期 | 葡萄酒专业相关基本词汇及语言表达；让学生掌握英语学习的方法和技巧；为葡萄酒专业英语和服务英语的学习打下坚实的基础。 |
| 葡萄酒基础知识 | 2 | 32 | 第一学期 | 葡萄酒的起源与传播、葡萄的种植与酿造、葡萄酒的成分与分类、常见葡萄品种、主要产酒国的风土。 |
| 葡萄酒广告创意与策划 | 2 | 32 | 第四学期 | 广告创意与广告策划、葡萄酒产品与品牌的认知与位、葡萄酒广告创意思维方法、葡萄酒广告文案的创作、主题广告的创意思维、平面广告的创意思维、电视广告的创意思维、网络广告的创意思维、整合广告的创意思维:能运用广告创意与广告策划相关知识与技能，进行葡萄酒广告创意与策划。 |
| 中外饮食文化 | 2 | 32 | 第一学期 | 它涵盖中国饮食文化的博大精深，如八大菜系的风味特色、传统节日饮食习俗，以及饮食礼仪等。同时，课程也聚焦于世界各国的饮食文化，从法国的精致料理到日本的和食文化，从意大利的面食到印度的香料美食，展现饮食文化的多样性与地域特色。 |
| 葡萄酒历史与风土 | 2 | 32 | 第一学期 | 不仅包括欧洲的主要产地，如法国、西班牙、意大利等著名葡萄酒产地，也含括了全球其他葡萄酒产地与产区的生产情况，如美国、加拿大、澳大利亚等新世界国家的情况，包括我国如新疆、宁夏、云南等著名葡萄酒产地情况。要求通过本课程的学习，使学生能够了解全世界所有葡萄酒产地与产区的生产情况，尤其对法国的勃艮第、波尔多、香槟等著名产区的了解，建构学生对红酒的进一步了解。 |
| 成本控制与核算 | 2 | 32 | 第二学期 | 课程主要围绕成本核算基础、成本计算方法（如品种法、分批法、分步法）、成本控制策略与方法展开。课程结合实际案例，教授学生如何通过成本分析、预算编制与执行、差异分析等手段，有效控制成本，提升企业经济效益，培养学生的成本管理意识和实践能力。 |
| 专业核心课程 | 酒类品鉴训练 | 3 | 48 | 第三学期 | 以葡萄酒流通领域的葡萄酒营销岗位、星级酒店和社会餐饮业的酒水经理岗位能力为依据，对接餐饮门店管理运营能力及侍酒服务职业技能等级高级标准。内容包括，餐饮企业组织结构、餐饮产品设计、原料采购与库存、生产预期、营业时间管理、餐饮生产控制、餐饮营销与活动、运营成本控制等,掌握多部门或多门店连锁经营涉及的管理运营内容。 |
| 葡萄酒营销与贸易 | 3 | 48 | 第三学期 | 了解葡萄酒市场与市场竞争；能够分析消费者购买行为，进行目标市场选择与葡萄酒综合产品设计；掌握葡萄酒产品营销策略、销售技巧及渠道构建；了解葡萄酒新媒体营销；能够制定葡萄酒营销活动方案；了解葡萄酒企业品牌的建立；能够进行葡萄酒服务的售后维护与信息反馈；了解国际市场营销、葡萄酒国际贸易及发展现状。 |
| 葡萄酒侍酒服务 | 2 | 32 | 第三学期 | 本课程囊括了所有侍酒服务相关的技术与知识，包括侍酒常识、侍酒礼仪、侍酒流程、侍酒谈话技巧、酒水单设计、酒窖管理、侍酒服务规范等，学生通过对本课程的学习后，必须掌握侍酒师相关的所有技能。 |
| 新媒体策划与运营 | 2 | 32 | 第四学期 | 本课程要求学生能创意设计葡萄酒线上线下活动营销方案，落实多元广告推广；根据客情，采用迎合客人感知的广告策划创意或作品提升葡萄酒商品价值；选择高效的广告媒体，准确向目标顾客输送葡萄酒信息；组织、策划葡萄酒节事宣传推广，提升企业市场吸引力，掌握新媒体运营和推广技术、培养新媒体策划与创意能力，能够灵活地运用新媒体技术开展旅游企业宣传推广、旅游产品包装设计、旅游活动策划执行等实践工作，适应旅游企业经营、管理、服务第一线需要。 |
| 葡萄酒配餐 | 3 | 48 | 第四学期 | 能够为中西菜肴匹配恰当的服务用具和方式；为不同酒水匹配服务用具和方式，了解美食与美酒搭配基本原理。 |
| 葡萄种植与葡萄酒酿造 | 2 | 32 | 第二学期 | 本课程了解各种葡萄的性质与特点、以及其产出葡萄酒的特质；各种葡萄酒的酿造工艺，葡萄酒的酿造史，葡萄酒的贮存方法等诸多内容，通过对本课程的学习，能够达到学生全面了解葡萄酒的生产过程，为全面葡萄酒文化打下夯实基础。 |
| 岗位实习 | 20 | 600 | 第六学期 |  |
| 毕业设计（论文） | 2 | 32 | 第六学期 |  |
| 专业实践课程 | 葡萄品种与葡萄酒品鉴I | 2 | 32 | 第二学期 | 帮助学生掌握葡萄酒品鉴的基本步骤，了解并掌握八个主流酿酒葡萄品种的特征及所酿葡萄酒的不同特性。结合产区知识了解不同风土对于葡萄酒风味的影响，为后续的非主流酿酒葡萄品种特性介绍打下基础 |
| 软饮制作与赏析 | 2 | 32 | 第四学期 | 通过饮料基础知识的学习和软饮制作技能的练习，帮助学生了解饮料文化，学会制作。 |
| 葡萄品种与葡萄酒品鉴II | 2 | 32 | 第三学期 | 在八大主流品种的基础上，拓展认识较为常见的其他9个红葡萄品种与9个白葡萄品种。并以其中以8个红葡萄品种和6个白葡萄酒品种为重点进行品鉴，结合已学的品鉴技巧和种植酿造知识分析葡萄酒的风格特征 |
| 葡萄酒国际贸易实务 | 2 | 32 | 第五学期 | 学习内容包括葡萄酒的国际市场需求与趋势分析、主要产区的葡萄酒特点与贸易优势，以及国际贸易中的合同条款、价格构成、运输与保险安排、国际支付方式、贸易壁垒应对等实务操作。课程还涉及葡萄酒的国际法规与标准、品质认证，以及跨境电商平台的运营技巧，帮助学生掌握葡萄酒国际贸易的全流程操作与风险管理，提升专业素养和实践能力。 |
| 葡萄酒营销实操 | 2 | 32 | 第五学期 | 世界各地葡萄酒营销策略与分析、葡萄酒营销运营（消费者行为、婚庆市场、专卖店营销、终端服务营销等） |
| 葡萄酒服务实操 | 2 | 32 | 第三学期 | 重点课程内容：葡萄酒酒窖的日常管理的方法和工作流程引导学生爱岗敬业，激发学生对本专业、行业的热爱，树立团队对意识和工匠精神 |
| 葡萄酒营销服务综合实训 | 2 | 32 | 第四学期 | 中国葡萄酒营销模式（产区营销、绿色营销、文化营销、服务营销、互联网+营销）、中国葡萄酒营销相关法律法规 |
| 葡萄酒分析检验 | 2 | 32 | 第四学期 | 课程主要教授葡萄酒的理化分析与感官品鉴方法。课程内容包括葡萄酒的成分检测（如酒精度、糖分、酸度、色素等）、微生物检验以及质量标准判定。同时，通过感官品鉴训练，培养学生对葡萄酒色泽、香气、口感的辨识能力，掌握科学的品酒技巧，确保葡萄酒质量符合标准。 |
| 西餐名菜赏析 | 3 | 48 | 第三学期 | 课程主要介绍经典西餐名菜的起源、文化背景、制作工艺与风味特色。课程通过图片、视频和现场演示等方式，讲解法式、意式、英式等不同国家代表性菜肴，如法式鹅肝、意大利提拉米苏、英式下午茶等。学生将学习菜品的选材、烹饪技法、装盘艺术，培养对西餐文化的理解和审美能力，提升专业素养。 |
| 咖啡制作 | 2 | 32 | 第三学期 | 通过咖啡基础知识的学习和咖啡制作技能的练习，帮助学生了解咖啡文化，明确咖啡的概念，掌握意式咖啡和手工咖啡的理论，能独立进行相关技能操作。咖啡豆的认识鉴别、单品咖啡的制作、花式咖啡的制作、咖啡拉花练习。 |
| 调酒制作 | 2 | 32 | 第四学期 | 通过咖啡基础知识的学习和咖啡制作技能的练习，帮助学生了解咖啡文化，明确咖啡的概念，掌握意式咖啡和手工咖啡的理论，能独立进行相关技能操作。咖啡豆的认识鉴别、单品咖啡的制作、花式咖啡的制作、咖啡拉花练习。 |
| 烹饪工艺与菜肴制作（一） | 2 | 32 | 第三学期 | 课程主要涵盖烹饪基础知识、刀工技术、火候掌握、调味技巧以及常见中式菜肴的制作方法。通过理论讲解与实践操作相结合，学生将学习食材选择、刀工处理、烹饪火候的精准把控以及调味的平衡搭配，掌握经典中式菜肴的制作流程，培养扎实的烹饪技能和创新思维。 |
| 烹饪工艺与菜肴制作（二） | 2 | 32 | 第四学期 | 课程在巩固基础烹饪技能的基础上，进一步拓展复杂菜肴的制作工艺。课程内容包括高级烹饪技法（如炖、焖、烩、烧等）的运用，地方特色菜肴及创新菜肴的制作流程，以及菜肴的造型与装盘技巧。通过实践操作，学生能够掌握不同菜系的独特风味和烹饪要点，提升综合烹饪能力，为未来的职业发展打下坚实基础。 |
| 葡萄酒商务谈判与贸易 | 2 | 32 | 第五学期 | 以酒庄推广、酒评编辑的岗位能力为依据，对接产品价值向价格转化的各 环节能力。内容包括葡萄酒市场调研，消费者购买行为分析，葡萄酒产品市场策略选择，销售渠道构建，葡萄酒营销新趋势和葡萄酒国际贸易等知识。 |
| 葡萄酒标准与法规 | 2 | 32 | 第五学期 | 作为葡萄酒营销与服务专业的基础课程，内容主要包括葡萄种植、加工、生产、检验、产品认证、市场流通以及消费服务等方面的法律法规和标准。 |
| 市场营销 | 2 | 32 | 第五学期 | 了解市场营销学的基本概念和原理，掌握现代餐饮、酒水市场营销活动的主要内容和方法，能灵活运用各种原理分析现代市场营销活动过程中出现的问题并提出解决的方法。 |
| 中西名点赏析 | 3 | 48 | 第四学期 | 课程主要介绍中西方传统名点的历史渊源、文化内涵、制作工艺与风味特点。课程通过图片展示、视频欣赏与现场品鉴等方式，帮助学生了解中点如月饼、汤圆、叉烧包等，以及西点如马卡龙、法棍、提拉米苏等经典点心的独特魅力，培养学生的审美能力与文化鉴赏力，同时激发对中西点心制作的兴趣。 |
| 专业方向（选修）课程模块1 | 现代餐饮管理 | 2 | 32 | 第二学期 | 课程主要涵盖餐饮企业的运营管理、市场营销、成本控制、服务质量管理以及人力资源管理等内容。课程结合实际案例，帮助学生掌握餐饮企业的策划、布局、菜品设计、人员调度、客户关系维护等关键环节，培养学生的综合管理能力，使其能够适应现代餐饮行业的复杂需求和快速变化。 |
| 营养配餐 | 2 | 32 | 第三学期 | 围绕食物营养与健康搭配，内容包括：基础营养学、人体生理需求、中外饮食文化；烹饪原料选择与加工；营养素平衡与膳食设计；特定人群（如婴幼儿、老年人、健身者）的营养需求；食品安全与质量控制；智能烹饪与餐饮美学；以及餐饮企业管理和运营知识。课程通过理论教学与实践操作，培养学生制定个性化营养餐单、烹饪健康美味佳肴的能力。 |
| 烈酒文化与品鉴 | 2 | 32 | 第四学期 | 通过本课程的学习，使学生学到了有关烈酒的历史、名酒、渊源、各种不同的洋酒、针对各种不同酒所使用的 酒具以及在各种不同场合应该有的商务礼仪，能使学生们在今后的职场中遵守和运用合 适的商务礼仪规范，为实现自己的职业目标添砖加瓦。 |
| 专业方向（选修）课程模块2 | 鸡尾酒赏析 | 2 | 32 | 第三学期 | 本课程讲授鸡尾酒的历史文化与工业发展，同时，了解不同品类鸡尾酒的风味特征，不同国家地区鸡尾酒的风格特点以及品鉴要点。 |
| 筵席设计与宴会组织 | 2 | 32 | 第四学期 | 本课程将介绍如何进行宴会设计，包括宴会的流程和礼仪，宴会场地的选择和布置，以及宴会设计中需要注意的各个要素。 |
| 啤酒文化与品鉴 | 2 | 32 | 第二学期 | 课程主要介绍啤酒的历史起源、酿造工艺、种类风格以及品鉴技巧。课程通过讲解啤酒的文化背景、酿造原料与发酵原理，帮助学生了解啤酒的多样性。同时，通过品鉴实践，教授学生如何辨别啤酒的色泽、香气、口感和泡沫等特征，培养专业的品鉴能力，提升对啤酒文化的理解和欣赏水平。 |

## （五）专业核心课程描述

**表7-6-1 酒类品鉴训练课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 酒类品鉴训练 | 学分 | 3 | 学时 | 48 |
| 课程目标 | 通过系统的理论学习与实践训练，使学生掌握酒类品鉴的基本知识和专业技能，能够准确识别各类酒的风格特点，具备独立品鉴和评价酒类品质的能力，培养学生的审美能力、感官敏锐度和职业素养，为从事酒类相关行业奠定基础。 |
| 学习内容 | 酒类基础知识：各类酒（葡萄酒、白酒、啤酒、洋酒等）的酿造工艺、原料特点、分类及主要产区。酒类的理化指标与质量标准。品鉴理论：品鉴的基本流程与方法（视觉、嗅觉、味觉的综合运用）。酒类的色泽、香气、口感、风格等感官特征的描述与分析。不同酒种的品鉴要点与评分标准。实践训练：通过品鉴实践，熟悉各类酒的典型风味与品质差异。开展盲品训练，提升对酒类的辨识能力和记忆能力。学习酒类的储存与侍酒知识，掌握正确的品鉴环境布置。文化与礼仪：酒类文化的历史与发展，不同国家和地区的饮酒礼仪。酒类品鉴在餐饮服务、酒吧运营等场景中的应用。 |
| 能力培养 | 感官能力：提升视觉、嗅觉、味觉的敏锐度，能够准确辨别酒的色泽、香气和口感。分析能力：学会运用专业知识对酒的品质进行系统分析，判断其优劣。表达能力，能够用专业术语清晰、准确地描述酒的感官特征，撰写品鉴报告。实践能力：掌握正确的品鉴方法和技巧，能够独立完成各类酒的品鉴。 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | 品酒师、调酒师 |

**表7-6-2 葡萄酒营销与贸易课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 葡萄酒营销与贸易 | 学分 | 3 | 学时数 | 48 |
| 课程目标 | 本课程要求学生能选择目标市场，进行消费者行为特点分析；构建葡萄酒流通渠道；策划并落实葡萄酒企业营销与推广活动；进行客户关系管理，增强顾客粘性；运用新媒体、数字化等新技术进行葡萄酒电商运营；打造葡萄酒企业品牌。 |
| 学习内容 | 了解葡萄酒市场与市场竞争；能够分析消费者购买行为，进行目标市场选择与葡萄酒综合产品设计；掌握葡萄酒产品营销策略、销售技巧及渠道构建；了解葡萄酒新媒体营销；能够制定葡萄酒营销活动方案；了解葡萄酒企业品牌的建立；能够进行葡萄酒服务的售后维护与信息反馈；了解国际市场营销、葡萄酒国际贸易及发展现状。 |
| 能力培养 | 培养学生对于葡萄酒在场营销、离场营销和直销；国际葡萄酒市场营销渠道、推销和定价策略；葡萄酒电商发展现状的了解及应用。 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | 可以考取营销师等级证书，从事酒品贸易及营销相关工作 |

**表7-6-3 葡萄酒侍酒服务课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 葡萄酒侍酒服务 | 学分 | 2 | 学时数 | 32 |
| 课程目标 | 对接葡萄酒侍酒服务课程，有针对性地练习侍酒各个环节以及桌边服务的实操技巧，引导学生掌握“侍酒师”这一职业的基本技能操作，为后续职业发展奠定技能基础。 |
| 学习内容 | 餐酒搭配建议、侍酒服务、不同酒款的开瓶技巧、桌边服务技能。 |
| 能力培养 | 培养学生能够根据客人点的餐作出相应的餐酒搭配建议，并能根据客人点的酒款作出相应的侍酒服务；使学生熟练掌握不同酒款的开瓶技巧以及桌边服务技能。 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | 可以考取侍酒师等级证书 |

**表7-6-4 葡萄种植与葡萄酒酿造课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 葡萄种植与葡萄酒酿造 | 学分 | 2 | 学时数 | 32 |
| 课程目标 | 本课程要求学生通过对葡萄植株的了解和红、白、桃红葡萄酒以及加强酒酿造方法的学习，更好地理解葡萄的植物特性、葡萄酒酿造方法对葡萄酒质量和口感的影响等，帮助学生更准确地鉴别一款葡萄酒 |
| 学习内容 | 葡萄植株；红、白、桃红葡萄酒；加强酒酿造方法；葡萄的植物特性；葡萄酒酿造方法。 |
| 能力培养 | 了解不同种类葡萄品种、葡萄酒酿造方法，有效分辨葡萄酒不同品种、不同酿造方法产生的口感及影响。 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | 可以考取侍酒师证书，从事葡萄酒种植及酿造等岗位 |

**表7-6-5 新媒体策划与运营课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 新媒体策划与运营 | **学分** | 2 | **学时数** | 32 |
| **课程目标** | 本课程要求学生能创意设计葡萄酒线上线下活动营销方案，落实多元广告推广；根据客情，采用迎合客人感知的广告策划创意或作品提升葡萄酒商品价值；选择高效的广告媒体，准确向目标顾客输送葡萄酒信息；组织、策划葡萄酒节事宣传推广，提升企业市场吸引力，掌握新媒体运营和推广技术、培养新媒体策划与创意能力，能够灵活地运用新媒体技术开展旅游企业宣传推广、旅游产品包装设计、旅游活动策划执行等实践工作，适应旅游企业经营、管理、服务第一线需要。 |
| **学习内容** | 了解广告策划的基本原理、基本方法、基本思路和基本流程；熟悉葡萄酒广告策划调查内容与方法；掌握葡萄酒广告创意原理和策略；新媒体运营和推广技术；新媒体策划；旅游企业宣传推广；旅游产品包装设计；旅游活动策划执行。 |
| **能力培养** | 培养新媒体策划与创意能力，熟练引用各类宣发软件，掌握应用技能。 |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** | 考取新媒体运营师等证书 |

**表7-6-6 葡萄酒配餐课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 葡萄酒配餐 | **学分** | 3 | **学时数** | 48 |
| **课程目标** | 能够为中西菜肴匹配恰当的服务用具和方式；为不同酒水匹配服务用具和方式，了解美食与美酒搭配基本原理。 |
| **学习内容** | 中西菜肴搭配方式、餐具使用；不同酒水匹配服务用具和方式；美食与美酒搭配基本原理。 |
| **能力培养** | 培养学生对于美食与美酒文化的了解及搭配能力。 |
| **与岗位能力和职业资格证书的衔接** | 可具备从事品酒师、侍酒师工作岗位 |

## （六）素质拓展课程

素质拓展课程要求至少完成4学分，64学时。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。依据人才培养需要，参照学生工作处（武装部、团委）《“第二课堂成绩单”制度实施办法（试行）》执行。

**表7-7 素质拓展课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹部门** | **拟开设学期** |
| 1 | 入学教育 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |
| 2 | 思想成长 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |
| 3 | 社会实践、志愿公益 | 32 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 4 | 文体社团活动 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 5 | 技能特长 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 6 | 学生工作履历 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 7 | 创新创业 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 8 | 特色模块 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 9 | 健康教育 | 16 | 1 | 总务处（基建处） | 第一至五学期 |

# **八、学时安排**

每学年教学时间40周，课内学时一般按每周20-24学时计算，岗位实习按每周30学时计算。每学时不少于45分钟。

葡萄酒文化与营销专业总学分为142学分，总学时数为2510学时，其中公共基础课程48学分，占总学分的34%；专业（技能）课程 90学分，占总学分的63%；实践性教学学时占总学时的60%。

# **九、教学进程总体安排**

实行三学年六学期制。探索实行“2+0.5+0.5”三段式学制人才培养模式。前两年四个学期，以人文素养课程、专业基础课程、专业核心课程为主，同时开展专业认知，专业基本技能训练；第五学期实行工学交替，校企协同培养，以开展专项实训、综合实训、企业项目化实训为主，重在学生综合技能训练提升，为岗位实习做好衔接；第六学期安排岗位实习。

每学期教学周数20周，三年共120周。

**表9-1 2025级葡萄酒文化与营销专业教学进程表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **学年** | **学期** | **教学周** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** |
| 一 | 1 | 入学教育军事技能 | 一体化教学 | 考试 |
| 2 | 一体化教学 | 考试 |
| 二 | 1 | 一体化教学 | 考试 |
| 2 | 一体化教学 | 考试 |
| 三 | 1 | 工学交替、校企协同培养、综合实训 | 考试 |
| 2 | 岗位实习、毕业设计（论文） |

## （一）课程设置及教学计划表

**表9-2 葡萄酒文化与营销专业课程设置及教学计划表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程性质 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 学时 | 学时分配 | 各学期课程开设分布及学时安排 | 考核方式 |
| 第一学年 | 第二学年 | 第三学年 |
| 理论 | 实践 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 公共必修课 | 01000001 | 思想道德与法治 | 3 | 48 | 40 | 8 | 3 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000101 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 32 | 28 | 4 |  | 2 |  |  |  |  | ★ |
| 01000102 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | 40 | 8 |  | 3 |  |  |  |  | ★ |
| 01000040 | 形势与政策（一） | 1 | 32 | 8 | 0 | 0.5 |  |  |  |  |  |  |
| 形势与政策（二） | 8 | 0 |  | 0.5 |  |  |  |  |  |
| 形势与政策（三） | 8 | 0 |  |  | 0.5 |  |  |  |  |
| 形势与政策（四） | 8 | 0 |  |  |  | 0.5 |  |  |  |
| 01000155 | 中国共产党党史 | 1 | 16 | 16 | 0 | 1 |  |  |  |  |  |  |
| 01000035 | 思想政治理论课实践教学 | 1 | 16 | 0 | 16 | 0.5 | 0.5 |  |  |  |  |  |
| 01000007 | 心理健康教育 | 2 | 32 | 24 | 8 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 01000005 | 军事理论 | 2 | 36 | 24 | 12 |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 01000103 | 军事技能 | 2 | 112 | 0 | 112 | **√** |  |  |  |  |  |  |
| 01000077 | 国家安全教育 | 1 | 16 | 16 | 0 |  | 1 |  |  |  |  |  |
| 01000105 | 劳动教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | **√** | **√** |  |  |  |  |  |
| 01000232 | 管理学基础 | 1 | 16 | 14 | 2 | 1 |  |  |  |  |  |  |
| 01000009 | 大学英语（一） | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000019 | 大学英语（二） | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | ★ |
| 01000034 | 大学日语（一） | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000033 | 大学日语（二） | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | ★ |
| 01000106 | 信息技术 | 3 | 48 | 24 | 24 |  | 3 |  |  |  |  |  |
| 01000098 | 体育与健康（公共体育） | 2 | 36 | 2 | 34 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01350221 | 体育与健康（专项一） | 2 | 36 | 2 | 34 |  | 2 |  |  |  |  | ★ |
| 01000097 | 体育与健康（专项二） | 2 | 36 | 2 | 34 |  |  | 2 |  |  |  | ★ |
| 01000107 | 职业发展与就业指导 | 2 | 38 | 22 | 16 |  | 1 | 1 |  |  | 0.5 |  |
| 小计 | 39 | 742 | 382 | 360 | 14 | 19 | 3.5 | 0.5 | 0 | 0.5 |  |
| 公共限选课 | 08000223 | 中华民族共同体概论 | 2 | 32 | 32 | 0 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 01000064 | 礼仪 | 1 | 16 | 12 | 4 |  |  | 1 |  |  |  |  |
| 01000068 | 创新创业教育 | 1 | 16 | 12 | 4 |  |  | 1 |  |  |  |  |
| 小计 | 4 | 64 | 56 | 8 | 2 |  | 2 |  |  |  |  |
| 公共选修课 |  | 公共选修课1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 公共选修课2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 公共选修课3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 自入校第二学期开设，每人在校需完成4-6个学分。 |
| 专业基础课 | 03015001 | 葡萄酒基础英语 | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 | 　 | 　 |  | 　 | 　 | ★ |
| 03015002 | 葡萄酒基础知识 | 2 | 32 | 32 |  | 2 |  |  | 　 | 　 | 　 | ★ |
| 03015003 | 葡萄酒历史与风土 | 2 | 32 | 32 | 　 | 2 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | ★ |
| 03015004 | 葡萄酒广告创意与策划 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 03015006 | 中外饮食文化 | 2 | 32 | 32 |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 03015028 | 成本控制与核算 | 2 | 32 | 32 |  |  | 2 |  |  |  |  | ★ |
| 小计 | 12 | 192 | 160 | 32 | 8 | 2 |  | 2 |  |  | 　 |
| 专业核心课 | 03015020 | 酒类品鉴训练 | 3 | 48 | 24 | 24 | 　 | 　 | 3 | 　 | 　 |  | ★ |
| 03015008 | 葡萄酒营销与贸易 | 3 | 48 | 24 | 24 | 　 |  | 3 | 　 | 　 |  |  |
| 03015009 | 葡萄酒侍酒服务 | 2 | 32 | 16 | 16 | 　 | 　 | 2 | 　 | 　 |  |  |
| 03015010 | 新媒体策划与运营 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  | 2 |  |  | ★ |
| 03015011 | 葡萄酒配餐 | 3 | 48 | 24 | 24 |  | 　 | 　 | 3 | 　 |  |  |
| 03015012 | 葡萄种植与葡萄酒酿造 | 2 | 32 | 32 | 　 | 　 | 2 | 　 |  |  |  | ★ |
|  | 岗位实习 | 20 | 600 | 　 | 600 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 20 |  |
|  | 毕业设计（论文） | 2 | 32 | 32 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 2 |  |
| 小计 | 37 | 872 | 168 | 704 |  | 2 | 8 | 5 |  | 22 |  |
| 专业实践课 | 03015013 | 葡萄品种与葡萄酒品鉴I | 2 | 32 | 0 | 32 | 　 | 2 | 　 |  | 　 |  |  |
| 03015014 | 葡萄品种与葡萄酒品鉴II | 2 | 32 | 0 | 32 | 　 | 　 | 2 | 　 |  |  |  |
| 03015015 | 软饮制作与赏析 | 2 | 32 | 0 | 32 |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 03015016 | 葡萄酒营销服务综合实训 | 3 | 48 | 0 | 48 | 　 | 　 |  | 3　 | 　 |  |  |
| 03015017 | 咖啡制作 | 2 | 32 | 0 | 32 | 　 | 　 | 2　 | 　 |  |  |  |
| 03015031 | 葡萄酒分析检验 | 2 | 32 | 0 | 32 | 　 | 　 |  | 2 |  |  |  |
| 03015019 | 葡萄酒营销实操 | 2 | 32 | 0 | 32 | 　 | 　 | 　 | 　 | 2 |  |  |
| 03015030 | 西餐名菜赏析 | 3 | 48 | 0 | 48 | 　 | 　 | 3 |  |  |  |  |
| 03015021 | 调酒制作 | 2 | 32 | 0 | 32 |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 03015022 | 葡萄酒服务实操 | 2 | 32 | 0 | 32 | 　 | 　 | 2 |  | 　 |  |  |
| 03015032 | 烹饪工艺与菜肴制作（一） | 2 | 32 | 0 | 32 |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 03015033 | 烹饪工艺与菜肴制作（二） | 2 | 32 | 0 | 32 |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 03015034 | 中西名点赏析 | 3 | 48 | 0 | 48 |  |  |  | 3 |  |  |  |
| 03015027 | 葡萄酒商务谈判与贸易 | 2 | 32 | 32 |  |  |  | 　 |  | 2 |  |  |
| 03015029 | 市场营销 | 2 | 32 | 32 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |
| 03015005 | 葡萄酒标准与法规 | 2 | 32 | 32 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |
| 03015035 | 葡萄酒国际贸易实务 | 2 | 32 | 0 | 32 |  |  |  |  | 2 |  |  |
| 小计 | 37 | 592 | 0 | 592 | 0 | 2 | 11 | 14 | 10 |  |  |
| 专业选修课（六选三） | 03015036 | 现代餐饮管理 | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 2 |  |  |  |  | 6 |
| 03015037 | 营养配餐 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  | 2 |  |  |  |
| 03015026 | 烈酒文化与品鉴 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  | 2 |  |  |  |
| 03015038 | 鸡尾酒赏析 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  | 2 |  |  |  | 6 |
| 03015024 | 筵席设计与宴会组织 | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  |  | 2 |  |  |
| 03015026 | 啤酒文化与品鉴 | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 2 |  |  |  |  |
| 小计 | 6 | 96 | 48 | 48 |  | 2 | 2 | 2 |  |  |  |
| 素质拓展课 | 08000001 | 入学教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ |  |  |  |  |  |  |
| 08000007 | 思想成长 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ |  |  |  |  |  |  |
| 08000012 | 社会实践、志愿公益 | 2 | 32 | 0 | 32 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000013 | 文体社团活动 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000056 | 技能特长 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000014 | 学生工作履历 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000015 | 创新创业 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000016 | 特色模块 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000017 | 健康教育 | 1 | 16 | 0 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 小计 | 4 | 64 | 0 | 64 |  |  |  |  |  |  |  |
| 合计及周学时 | 143 | 2686 | 876 | 1810 | 27 | 26 | 25.5 | 25.5 | 10 | 22 |  |
| 总学分/总课时 | 143/2686 |

**说明：★表示考试，其余为考查；w 表示集中实践教学周；√表示课程开设学期。**

## （二）实践教学计划表

**表9-3 实践教学计划表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实践教学项目 | 学期 | 周数/学时 | 实践目标 | 实践内容 | 实践地点 |
| 1 | 葡萄品种与葡萄酒品鉴I | 2 | 16/32 | 帮助学生掌握葡萄酒品鉴的基本步骤，了解并掌握八个主流酿酒葡萄品种的特征及所酿葡萄酒的不同特性。结合产区知识了解不同风土对于葡萄酒风味的影响，为后续的非主流酿酒葡萄品种特性介绍打下基础 | 熟悉葡萄酒品鉴 | 红酒品鉴室 |
| 2 | 咖啡制作 | 2 | 16/32 | 通过咖啡基础知识的学习和咖啡制作技能的练习，帮助学生了解咖啡文化，明确咖啡的概念，掌握意式咖啡和手工咖啡的理论，能独立进行相关技能操作。 | 咖啡豆的认识鉴别、单品咖啡的制作、花式咖啡的制作、咖啡拉花练习。 | 咖啡调酒一体化学习工作站 |
| 3 | 葡萄酒营销服务综合实训 | 3 | 16/48 | 具备葡萄酒销售中与顾客的沟通能力；葡萄酒销售中营销策略的制定。 | 中国葡萄酒营销模式（产区营销、绿色营销、文化营销、服务营销、互联网+营销）、中国葡萄酒营销相关法律法规 | 咖啡调酒一体化学习工作站 |
| 4 | 调酒制作 | 2 | 16/32 | 了解调酒历史和认识“调酒师”这一职业，初步认知鸡尾酒，酒水的基本知识、调酒器具和酒杯。了解鸡尾酒的基酒知识，辅料和装饰物以及鸡尾酒调酒常识、常见鸡尾酒的调制技巧和调制技艺。 | 调酒的方式练习运用、传统艺术与经典鸡尾酒的制作、分子鸡尾酒的制作、创意鸡尾酒制作、鲜果汁奶昔水果茶饮品制作。 | 咖啡调酒一体化学习工作站 |
| 5 | 葡萄酒服务实操 | 2 | 16/32 | 掌握侍酒服务中与顾客的沟通能力；侍酒服务中的礼仪；侍酒服务中的各项服务技术的掌握能力，包括：选酒、捧酒、开酒、醒酒、斟酒、选杯等能力；酒窖管理能力；酒水单的设计能力。 | 侍酒服务常识、侍酒服务礼仪、侍酒服务流程、侍酒谈话技巧、酒水单设计、酒窖管理、侍酒服务规范 | 葡萄酒营销与服务模拟实训室 |
| 6 | 葡萄品种与葡萄酒品鉴II | 2 | 16/32 | 在八大主流品种的基础上，拓展认识较为常见的其他9个红葡萄品种与9个白葡萄品种。并以其中以8个红葡萄品种和6个白葡萄酒品种为重点进行品鉴，结合已学的品鉴技巧和种植酿造知识分析葡萄酒的风格特征 | 熟悉葡萄酒品鉴 | 红酒品鉴室 |
| 7 | 葡萄酒分析检验 | 2 | 16/32 | 熟悉葡萄酒感官评价流程，能够通过色泽、香气、口感等维度进行品鉴与描述。培养严谨的实验操作习惯和数据分析能力，为葡萄酒质量控制与品质提升提供科学依据。 | 理化指标检测和感官评价 | 质量分析室 |
| 8 | 西餐名菜赏析 | 3 | 16/48 | 学生将深入了解经典西餐名菜的历史文化背景、菜品特色与制作工艺，培养对西餐文化的鉴赏能力。掌握西餐名菜的选材、烹饪技法与装盘技巧，提升实践操作水平。同时，通过对比不同菜品的风味特点，学会分析西餐的地域差异与文化内涵，增强跨文化理解能力，为从事西餐行业或相关领域打下坚实基础。 | 名菜赏析与讲解、实践操作与制作、品鉴与总结 | 西餐实训室 |
| 9 | 葡萄酒营销实操 | 2 | 16/32 | 具备葡萄酒销售中与顾客的沟通能力；葡萄酒销售中营销策略的制定；葡萄酒销售中的管理能力；葡萄酒销售中的开拓创新能力；葡萄酒销售中的应变能力；葡萄酒销售中的思考与总结的能力。 | 世界各地葡萄酒营销策略与分析、葡萄酒营销运营（消费者行为、婚庆市场、专卖店营销、终端服务营销等） | 葡萄酒营销与服务模拟实训室 |
| 10 | 烹饪工艺与菜肴制作（一） | 2 | 16/32 | 通过实践操作，学生将掌握西餐的风味搭配、温度控制和厨房管理，从而能够独立创作出既传统又具创新的西式佳肴 | 教授西方烹饪的经典技法，包括食材选择、切割、烹调原理及摆盘艺术。课程涵盖汤品、沙拉、主菜（如牛排、意面、烤鸡）、酱汁调配以及各式烘焙和甜点制作（如各式蛋糕、面包、马卡龙）。 | 西餐实训室 |
| 11 | 烹饪工艺与菜肴制作（二） | 2 | 16/32 | 培养学生的实践操作能力的，通过大量的练习以及实验课程辅助学生进一步强化理论知识的同时，提高对西餐烹饪基本方法的掌握和应用能力，并初步掌握具体的西餐厨房的业务操作。 | 学生将学会合理搭配食材，了解不同食材的特性，制作出色香味俱全的菜肴，培养团队协作能力和实践操作能力。 | 西餐实训室 |
| 12 | 中西名点赏析 | 3 | 16/48 | 了解西方面点历史及发展文化；中国及西方各区域的面点特色学习；激发学生肩负起文化传承、宣传中式点心并将中西点融合创新，发扬光大的责任 | 带领学生体验中西点的经典品种，让学生领略到中西文化价值的不同；感受中国传统文化对点心的影响； | 中西点实训室 |
| 13 | 软饮制作与赏析 | 2 | 16/32 | 具备调饮产品制作、讲解和销售的能力，培养软饮创新能力，加强软饮法规的学习 | 软饮的制作、品味和创新 | 咖啡调酒一体化学习工作站 |
| 14 | 葡萄酒国际贸易实务 | 2 | 16/32 | 进口、出口、通关、报检等环节，掌握国际贸易的相关法律法规，确保进出口业务的合法合规‌ | 市场准入、品质管控、转口贸易等 | 葡萄酒营销与服务模拟实训室 |
| 15 | 葡萄酒商务谈判与贸易 | 2 | 16/32 | 学会葡萄酒销售中的商务谈判，懂得贸易相关的知识 | 贸易规则、谈判技巧 | 葡萄酒营销与服务模拟实训室 |
| 16 | 葡萄酒标准与法规 | 2 | 16/32 | 葡萄酒的相关标准和法规要求，严格按照法规进行研发和生产 | 研发标准和贸易法规 | 葡萄酒营销与服务模拟实训室 |
| 17 | 葡萄酒国际贸易实务 | 2 | 16/32 | 国际贸易的相关要求 | 国际贸易的相关技巧 | 葡萄酒营销与服务模拟实训室 |

## （三）综合实训活动安排表

**表9-4 综合实训活动安排表（第五学期）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 实训项目 | 周数(学时) | 实训内容 | 实训考核 |
| 葡萄品鉴与调酒技能实训 | 3w/66 | 葡萄品种与葡萄酒品鉴咖啡、鸡尾酒、啤酒、软饮等制作与赏析 | 企业,实习指导教师联合制定考核项目和考核标准 |
| 国际贸易实训 | 3w/66 | 葡萄酒国际贸易实务 | 企业,实习指导教师联合制定考核项目和考核标准 |
| 营销实训 | 3w/66 | 葡萄酒营销实操 | 企业,实习指导教师联合制定考核项目和考核标准 |
| 分析检验与菜品制作实训 | 3w/66 | 葡萄酒分析检验；学习烹饪工艺和中西点及西餐名菜 | 企业,实习指导教师联合制定考核项目和考核标准 |
| 综合能力实训 | 4w/88 | 高档宴会设计酒类品鉴训练高档菜肴设计成本核算 | 企业,实习指导教师联合制定考核项目和考核标 |
| 综合能力实训 | 4w/88 | 葡萄酒营销服务综合实训 | 企业,实习指导教师联合制定考核项目和考核标 |

## （四）岗位实习活动安排表

**表9-5 岗位实习活动安排表（第六学期）**

|  |  |
| --- | --- |
| 实习目标 | 使学生掌握实习岗位的工作技能；使学生达到实习企业的岗位要求；使学生实现从学生到职业人的转变。 |
| 实习安排 | 实习项目 | 周数(学时) | 实习内容 | 实习单位 |
| 葡萄酒营销 | 5（150） | 熟悉葡萄酒类型并就不同需求进行营销服务 | 根据当年的企业排序和需求情况，以及学生的表现与需求予以安排和调整，原则上以同一家实习单位为准。 |
| 葡萄酒侍酒师 | 5（150） | 葡萄酒品鉴及侍酒服务 | 根据当年的企业排序和需求情况，以及学生的表现与需求予以安排和调整，原则上以同一家实习单位为准。 |
| 酒类行业实践 | 5（150） | 调酒、品鉴 | 根据当年的企业排序和需求情况，以及学生的表现与需求予以安排和调整，原则上以同一家实习单位为准。 |
| 新媒体策划与运营 | 5（150） | 微信公众号、小红书、短视频等运营 | 根据当年的企业排序和需求情况，以及学生的表现与需求予以安排和调整，原则上以同一家实习单位为准。 |
| 教师要求 | 1.教师以高度的责任心，全面关心学生的思想、学习、生活、健康与安全，加强对学生法制教育、行为规范教育和劳动纪律、生产安全、自救自护及心理健康等方面的教育，提高学生的自我保护能力；2.针对学生在岗位实习过程中的表现，通过开展各种活动，减轻学生因从学生向员工身份的转变而产生的身心压力，保证学生岗位实习工作的稳定；3.加强与学校和学生家长的沟通与联系，协调解决学生在工作、生活、学习中出现的困难和要求。 |
| 学生要求 | 1.岗位实习是教学计划规定的必修环节，岗位实习成绩合格是具有毕业资格的一个前提条；2.学生自主选择合法岗位实习单位，避免传销组织；3.学生应与岗位实习单位签署《学生岗位实习协议书》； |
| 实习考核 | 由企业和学校共同进行综合考核。 |

# **十、实施保障**

（一）师资队伍

专任教师占比50%，兼职教师占比50%。

### **1.队伍结构**

本专业目前依托葡萄酒文化与营销教研室团队，现有教师16名，其中校内专任教师8名，兼职教师8名。其中，专任教师中，双师素质教师占比为100%，高级职称教师比例为60%，兼职教师均为企业中高层管理人员，形成了职称、学历结构合理的梯队结构。

### **2.专任教师**

**表10-1 葡萄酒文化与营销专业专任/兼职教师**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | 性别 | 出生年月 | 职称 | 教师性质 | 承担课程 | 是否双师素质教师 |
| 刘宾 | 男 | 1991.06 | 中级讲师 | 校内兼职 | 宴席设计与宴会组织 | 是 |
| 沈玉宝 | 男 | 1981.04 | 高级讲师 | 校内兼职 | 葡萄酒基础知识 | 是 |
| 侯林波 | 女 | 1971.03 | 高级讲师 | 校内专任 | 葡萄酒基础英语 | 是 |
| 段人钰 | 女 | 1989.01 | 助理讲师 | 校内专任 | 葡萄酒侍酒服务 | 是 |
| 齐粒竹 | 女 | 1993.06 | 助理讲师 | 校内专任 | 葡萄酒专业外语 | 是 |
| 孙铭雪 | 女 | 1993.05 | 助理讲师 | 校内专任 | 葡萄种植与葡萄酒酿造 | 是 |
| 郝婉婷 | 女 | 1998.6 | 助理讲师 | 校内专任 | 葡萄酒营销与贸易 | 是 |
| 姜大伟 | 男 | 1986.10 | 助理讲师 | 校内专任 | 咖啡与调酒制作 | 是 |
| 杨忠义 | 男 | 1969.09 | 高级讲师 | 校外兼职 发展顾问 | 葡萄品种与葡萄酒品鉴 | 是 |
| 王瑞 | 男 | 1974.01 | 高级技师 | 校外兼职发展顾问 | 葡萄酒基础知识 | 是 |
| 李辉 | 男 | 1967.12 | 高级讲师 | 校外兼职 发展顾问 | 葡萄酒广告创意与策划 | 是 |
| 孙文彪 | 男 | 1966.06 | 高级讲师 | 校外兼职 专业带头人 | 葡萄酒历史与风土 | 是 |
| 郑凤萍 | 男 | 1979.11 | 高级技师 | 校外兼职 发展顾问 | 葡萄酒营销与贸易 | 是 |
| 姜杰 | 男 | 1975.06 | 高级讲师 | 校外兼职 发展顾问 | 葡萄酒服务实操 | 是 |
| 李竹君 | 男 | 1979.04 | 高级讲师 | 校外兼职 发展顾问 | 葡萄酒侍酒服务 | 是 |
| 钟伟 | 男 | 1977.05 | 高级技师 | 校外兼职 | 餐饮服务与管理 | 是 |
| 杨信庆 | 男 | 1981.07 | 高级技师 | 校外兼职 | 筵席设计与宴会组织 | 是 |
| 张宏欣 | 女 | 1999.3 | 技师 | 校外兼职 | 烈酒文化与品鉴 | 是 |
| 仲雨漠 | 女 | 1995.08 | 技师 | 校外兼职 | 软饮制作与赏析 | 是 |

注：可将专任教师与兼职教师分开写

## （二）教学设施

### 1.专业教室基本条件

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 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。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。

### 校内实训室（基地）基本要求

校内实训基地结合理论教学的开展，重点帮助学生建立对有关知识的感性认识，初步培养学生的动手能力和职业技能。

学院目前拥有烹饪（西餐）专业一体化学习工作站10个、国家级大师工作室1个、烟台市高新工匠大师工作室2个，全部由世界技能组织专家、国内世赛技术专家、校企合作单位专家、世赛官方合作企业专家以及校内专业大师论证设计，其建设标准严格按照世赛竞赛与教学需求，设有原料备货区、主项目实训区、成品展示区、作品点评区、选手休息区、体能训练区、专家与教练工作区、仿真模拟考试区、相关资料查阅区、心理访谈区等配套功能区。

设备设施全是国内、国际一流品牌，配有电子评判、电子监控、电视网络系统多媒体教学设施和互动平台等教学设备，设备总值达2632万元。具备日常专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要，以及职业资格鉴定、技能竞赛、社会服务等功能，有健全的一体化实验实训室管理制度，实验实训室开出率100%，自开率在95%以上。多次承办国家级、省级烹饪技能大赛，被中国烹饪协会、中国饭店协会、山东省人社厅、山东省烹饪协会、烟台市人社局、烟台市商务局、烟台市烹饪协会指定为烹饪技能比赛、集训、培训专用场地。

**表10-2 葡萄酒文化与营销实训室信息表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实训场所 | 主要功能 | 容纳量 |
| 1 | 红酒品鉴实训室 | 葡萄酒鉴赏与服务 | 50人 |
| 2 | 餐饮食品安全与控制实训室 | 葡萄酒酿造及检测 | 50人 |
| 3 | 葡萄酒应用服务模拟实训室 | 学习酒店在线营销系统换作、教字营销工具使用、酒店产品线上销售，实现酒店在线市场营销工作的操作训练。 | 50人 |
| 4 | 调饮实训室 | 烈酒和鸡尾酒的调制与服务 | 50人 |

（1）葡萄酒品鉴实训室

葡萄酒品鉴实训室 配备品鉴台面、座椅、水槽、多媒体教学设备、品鉴补充光源、香气练习教具、品鉴杯、醒酒器、酒水服务等设备设施，用于葡萄酒品鉴与侍酒服务、葡萄酒文化与风土、侍酒服务 技能、品鉴会布陈、香气练习、葡萄酒品鉴等实训教学。

（2）餐饮服务实训室

配备实物实景展示台、中控一体机、功放及音响、电脑、迎宾台、餐厅区域、餐桌、餐 椅、西餐服务用具、分餐装盘厨房，烤箱，水池、操作台面、器皿架、收银系统等设备设施， 用于餐饮运营管理、活动策划与管理、中西餐点鉴赏、侍酒技能实训、桌边服务实训、宴会 主题设计、餐厅模拟经营、节事活动等实训教学。

（3）调酒实训室

可根据实际情况分设酒水吧和饮品吧，也可将吧台分区使用。配备吧台、调酒器具、咖 啡机、磨豆机、手冲器具、榨汁机、冰箱、制冰机、洗杯机、杯架、净水系统、垃圾桶等设 备设施，用于葡萄酒营销与实务、酒吧运营管理、咖啡文化与制作、鸡尾酒调制、酒吧经营、 咖啡拉花、咖啡手冲、咖啡馆经营等实训教学。

（4）餐饮食品安全与控制实训室

可根据实际情况独立设置，也可与葡萄酒品鉴教室、实训酒吧等教室共享使用空间。配 备不锈钢操作台面、三槽水槽、净水系统、冷柜、工具陈列厨、发酵玻璃器皿、比重计、温度计、烧杯、量筒、篮式压榨机、pH 计、电子秤、酿酒辅料、酒精度测量装置、二氧化硫测量装置、挥发酸测量装置、榨汁机等设备设施，用于葡萄种植与葡萄酒酿造、葡萄的前处理、前期辅料的计算、称量和添加、葡萄汁糖和酸的测定、酵母的活化和添加、单向阀的使用、发酵进程的监控和温度控制、发酵过程中的打循环操作、发酵后期的防氧化操作、浸皮和控温、皮渣分离与澄清、酒精度测量、挥发酸测量等实训教学。

### 3.校外实训基地基本要求

### 实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办 法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展侍酒服务、葡萄酒品鉴、葡萄酒酿造实操、鸡尾酒调制、主题宴会虚拟经营、数字化营销、形体礼仪、生产安全急救模拟等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

### 4.学生实习基地基本要求

### 根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供侍酒师、酒水经理、葡萄酒采购顾问、葡萄酒销售、酒庄接待、葡萄酒报刊编辑、葡萄酒培训师等与专业对口的相关实习岗位，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；学校和实习单位双方共同制订实习计划，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，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

###  5.信息网络教学条件

### （1）网络平台与技术支持：需要一个稳定且功能全面的在线教学平台，支持视频直播、录播回放、在线互动、作业提交与批改、考试测评等功能。平台应易于操作，便于教师上传教学资源，学生访问学习材料。

（2）多媒体教学资源：开发丰富的多媒体教学内容，包括高清视频教程、图文并茂的电子教材、3D食物模拟、虚拟实操演示等，这些资源应覆盖西式烹饪的基础理论、实践操作、案例分析等各个方面。

（3）实操示范与仿真软件：鉴于烹饪工艺的实践性强，可利用厨房仿真软件、VR/AR技术提供虚拟实操体验，使学生能够在家中模拟西餐制作流程，增强学习的直观性和互动性。

（4）师生互动工具：提供即时通讯工具如论坛、聊天室、视频会议系统等，促进师生之间以及学生之间的交流讨论，解答疑惑，分享学习心得。

（5）灵活的学习管理系统（LMS）：一个集成化的学习管理系统，用于管理课程内容、学生信息、学习进度跟踪、成绩记录等，方便教师监控学生学习情况，并根据学生表现调整教学策略。

（6）技术培训与支持：对教师进行网络教学技术和平台使用的培训，确保教师能熟练运用各类在线教学工具。同时，为学生提供必要的技术指导和支持，帮助他们解决学习过程中遇到的技术问题。

（7）考核与评价机制：建立适应网络教学特点的考核方式，如在线测试、项目作业、视频作业提交等，确保评价的公正性、有效性和可行性。

（8）网络与硬件设施：学生端应具备稳定的网络连接和基本的电脑或移动设备，以便流畅地访问网络课程内容。学校方面则需确保服务器稳定运行，支持大量并发访问。

## （三）教学资源

### 1.教材选用基本要求

### 按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材正在紧锣密鼓编写中，体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过活页式教材等多种方式进行动态更新。

### 2.图书文献配备基本要求

### 专业配备了行业政策法规资料、有关职业标准，有关酒店运营管理的技术、方法、操作规范以及实务案例类等丰富的专业类图书文献，充分满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。

### 3.数字教学资源配置基本要求

### 专业正围绕葡萄酒、餐饮、营销等岗位群开发企业生产实际教学案例和系列微课，以满足自主学习和在线学习的需要。

## （四）教学方法

### 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、因需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用项目教学、理实一体化教学、案例教学、混合式教学等方法，坚持学中做、做中学。

### 1.项目教学法

### 专业核心课程均完成项目课程改革，按照专业面向葡萄酒企业的主要岗位工作群的典型工作任务，将课程内容划分为具体项目，以任务引领和项目考核的方式，让学生掌握葡萄酒企业主要岗位的操作流程和操作标准。

### 2.理实一体化教学法

### 突破以往理论与实践相脱节的现象，充分借助校内实训教学平台，通过设定教学任务和教学目标，让师生双方边教、边学、边做，全程构建素质和技能培养框架，丰富课堂教学和实践教学环节，提高教学质量。

### 3.案例教学法

### 充分借助已有的酒店管理与数字化营销专业生产实际教学案例库中有关酒水案例，并积极开发葡萄酒文化与营销专业案例，指导学生提前阅读，组织学生开展讨论或争论，形成反复的互动与交流，通过各种信息、知识、经验、观点的碰撞来达到肩示理论和启迪思维的目的。

### 4.混合式教学法

### 加进专业数字教学资源开发，在教学中充分利用国家级、省级在线开放课程资源，以及云班课、智慧职教等在线教学平台和工具，将线上和线下教学有机结合，满足学生的个性化需求，提升课堂教学的互动性，提高学生的自主学习能力。

## （五）学习评价

### 教学评价对课程教学活动的开展起着协调与控制作用，能够激励教学活动沿着正确的方向发展。在素质教育背景下，传统的课程教学评价片面性的特点日益凸显，已经不能适应当前的教学要求，教师应针对葡萄酒文化与营销专业的特点，打破结果性评价模式，采用口试和笔试、观测与提问、实践操作、主题设计、成果（成品）展示以及自评、互评、师评、客评、第三方评价等，以多种形式和手段构建起客观、全面的多元化评价体系。在对学生的考核中，

### 1.自评。学生个体或学习小组对自己或本组的学习、工作过程、产品质量进行全面的自我评价。

### 2.互评。学习小组内部或小组之间对学习、工作过程、产品质量进行全面评价。

### 3.师评。教师对学生或学习小组的合作学习、工作过程、产品质量进行全面评价。

### 4.客评。在模拟或实战经营课程教学评价时，客邀请客人对菜品质量和服务过程、环境等进行评价。

### 5.第三方评价。邀请行业专家（厨师长、经理等），引入行业企业标准，全面参与考核评价；通过“课证融通”，采取以证代考，以西餐西点职业资格等级考核形式检查教学效果。

### 多元化考核评价方式，注重对学生操作过程、职业素养、创新意识等的考核，有助于提高学生的综合素质。

## （六）质量管理

### 在校级宏观质量保障体系下，以适应工作过程为导向的课程要求，建立健全二级教学管理制度，在教学过程中及时总结反馈，不断完善质量管理系统。

### 1.指导委员会。邀请行业专家共同成立专业指导委员会，建立教学质量保障体系。

### 2.期初教学检查。每学期初，对每位教师的备课（教学计划、教案、课件等）情况进行检查，并及时反馈信息。

### 3.期中教学检查。每学期中期，对每位教师的教学（计划执行、作业布置与批改、备课等）情况进行检查，并及时反馈信息。

### 4.学生座谈会。定期举行学生座谈会，听取学生对任课教师教学情况他意见和建议，及时进行信息反馈。

### 5.二级督导制。聘请老教师和教研室主任为院系督导，建立二级督导制，每学期按计划开展巡查、听课、监督和指导，反馈信息，完成督导月报。

### 6.听课制度。实行全体教师听课制度，每月完成规定听课次数，相互学习，相互评价，填写听课记录表，及时反馈信息。

### 7.引入行业标准。引入行业企业岗位工作标准和西餐西点师职业资格标准，规范教学。

# **十一、毕业要求**

### 1.本专业学生毕业最低取得142学分，其中公共基础课47学分，专业课程（包括岗位实习与毕业设计）92学分，素质拓展课程3学分。

### 2.参加规定的毕业实习，提交符合要求的实习鉴定、实习报告并成绩合格。

### 3.鼓励学生取得与专业相应的品酒师、侍酒师等职业技能等级证书。

葡萄酒文化与营销专业人才培养方案论证审核单

一、葡萄酒文化与营销专业人才培养方案论证意见

|  |
| --- |
| 该专业人才培养方案经过充分地调研论证和数据整理，能够很好地对接行业产业最新发展现状以及人才需求，人才培养定位准确，培养方案具有前瞻性、可实施性和针对性，课程体系设计科学合理，能够体现职业教育发展的新趋势，在专业领域以及高等职业教育中具有一定引领和示范作用。专家签字：descriptdescript descript 2025年6月4日 |

二、葡萄酒文化与营销专业人才培养方案修订说明

|  |
| --- |
| 25版人才培养方案是在24版人才培养方案的基础上，根据岗位需求，企业调研，专家论证，参考同等院校葡萄酒文化与营销专业人才培养方案的基础上，对在校的公共基础课，专业基础课，专业核心课和专业实践课进行了调整，更体现西餐学院的综合优势；符合教育部的专业人才培养要求，符合现代企业对人才的培养需求，符合我院教务处的人才培养方案制定标准，完善了3年学习内容和培养目标。 |

三、葡萄酒文化与营销专业人才培养方案编制审核单

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 人才培养方案制订小组编写人员（含校内外）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | 职务（职称） | 单位 | 对应专业 |
| 段人钰 | 助理讲师 | 山东城市服务职业学院 | 葡萄酒文化与营销 |
| 郐敏华 | 副总 | 山东沃翼网络科技 | 葡萄酒文化与营销 |
| 姜杰 | 总经理 | 烟台躔度餐饮 | 葡萄酒文化与营销 |
| 沈玉宝 | 高级讲师 | 山东城市服务职业学院 | 葡萄酒文化与营销 |
| 姜大伟 | 助理讲师 | 山东城市服务职业学院 | 葡萄酒文化与营销 |

 |
| 二级学院审核意见：签字： 年 月 日 |
| 教务处（科研与规划处、院士工作站）：（盖章） 年 月 日 |
| 主管教学校领导意见：（签章） 年 月 日 |
| 学校党委会意见：（盖章） 年 月 日 |