山西药科职业学院
SHANXI YAOKE ZHIYE XUEYUAN

山西药科职业学院
2026级化妆品经营与管理专业
人才培养方案

专 业 大 类 食品药品与粮食大类

专 业 代 码 490217

专 业 名 称 化妆品经营与管理

招 生 类 型 高考、单招

二〇二六年九月

山西药科职业学院
SHANXI YAOKE ZHIYE XUEYUAN

2026级化妆品经营与管理专业人才培养方案

教研室通过日期	2026年 7 月
专业建设指导委员会论证通过日期	2026年 7 月
系部联席会审核通过日期	2026年 7 月
学院党委审定通过日期	2026年 8 月

山西药科职业学院

二〇二六年八月

山西药科职业学院专业人才培养方案审批表

<table>
<tr><td>专业名称</td><td>化妆品经营与管理</td><td>专业代码</td><td>490217</td></tr>
<tr><td>适用年级</td><td>2026 级</td><td>学制</td><td>三年</td></tr>
<tr><td>人才培养方案制订说明</td><td colspan="3">按照教育部和省教育厅有关文件要求，结合毕业生调查数据和人才需求调研，针对生源具体情况，由教研室主任组织专业教师和企业兼职教师团队起草制订了本人才培养方案，主要内容说明如下:
一、人才需求情况分析、职业岗位与职业能力分析
调研数家化妆品企业，梳理化妆品销售等岗位群，全面拆解岗位专业技能等，产业人才需求贴合山西美妆产业。
二、培养目标和培养规格
化妆品经营与管理专业定位准确，培养目标清晰，培养规格符合社会人才需求。
三、课程体系
课程设置规范，能满足专业目标和培养规格的要求，课程进程符合教学规律。
签名（教研室主任）：赵雯
2026年 7月 20日</td></tr>
<tr><td>专业建设指导委员会论证意见</td><td colspan="3">经化妆品经营与管理专业建设指导委员会召开会议审议、论证，与会专家认为该方案较为充分，岗位能力分析贴合行业需求，建议按专家意见优化完善后，准予实施。
签名（委员会主任）：
2026年 7月 20日</td></tr>
<tr><td>学院党委审定意见</td><td colspan="3">公章:
年 月 日</td></tr>
</table>

山西药科职业学院专业建设指导委员会论证表

专业名称（代码）：490217

序号	姓名	工作单位	职称/职务	分工	签名
1	赵 敏	山西药科职业学院	副教授/系副主任	主持论证	赵敏
2	赵 雯	山西药科职业学院	讲师/教研室主任	主持论证	赵雯
3	王丽峰	山西药科职业学院	讲师/教研室主任	参与论证	王丽峰
4	孙笑宇	山西药科职业学院	讲师/教研室主任	参与论证	孙笑宇
5	靳丽娜	广州樊文花有限责任公司山西分公司	副总经理	企业代表参与论证	靳丽娜
6	高瑞刚	山西泰和盛化妆品有限公司	总经理	企业代表参与论证	高瑞刚
论证意见	经专业建设指导委员会对化妆品经营与管理专业人才培养方案充分论证，意见如下： 一、人才培养调研报告调研覆盖面广，清晰梳理对应岗位群及职业能力，贴合化妆品行业监管与新零售发展现状，内容全面，结论可靠，可作为方案编制依据。 二、培养目标与培养规格定位准确、表述清晰，立足区域美妆产业，对接岗位需求与职业技能等级标准，兼顾就业能力与可持续发展，契合行业用人需求。 三、课程体系设置规范，课程模块层次分明，课程递进符合教学规律，融入课证融通、校企实训内容，能够有效支撑人才培养目标达成。 主任委员签字：赵敏 年　月　日				

制订说明

本方案按照《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）《教育部高等职业教育专科专业教学标准》（2025年修（制）订）《职业教育专业目录（2021年）》有关要求，结合生源学情和学院办学资源情况编制。在《山西药科职业学院高职专业人才培养方案编制指导意见》（晋药院教〔2023〕32号）的指导下，由化妆品医美系化妆品经营与管理专业建设指导委员会论证，学院党委会审定通过。本方案适用于化妆品经营与管理专业，自2026年9月开始实施。

制订人员：（第一位为主持人）

参编人员：	赵　雯	山西药科职业学院	讲师
	赵　敏	山西药科职业学院	副教授
	王丽丽	山西药科职业学院	讲师
	李一奇	山西药科职业学院	讲师
	靳丽娜	广州樊文花有限责任公司山西分公司	副总经理
	高瑞刚	山西泰和盛化妆品有限公司	总经理

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、课程设置及要求 4
（一）课程体系 4
（二）公共基础课程 7
（三）专业课程 9
（四）实践性教学环节 13
（五）相关要求 14
（六）学时安排 14
七、教学进程总体安排 14
（一）教学周分配表 15
（二） 教学计划进程表 15
（三）学时学分统计表 20
八、素质教育活动安排 20
九、实施保障 21
（一）师资队伍 21
（二）教学设施 22
（三）教学资源 24
（四）教学方法 25
（五）学习评价 25
（六）质量管理 30
十、毕业要求 31
十一、主要接续专业 31
十二、附录 31
附件 1 山西药科职业学院化妆品经营与管理专业人才培养调研报告 33
附件 2 山西药科职业学院化妆品经营与管理专业建设指导委员会成员名单 48
附件 3 山西药科职业学院人才培养方案变更审批表 49
附件 4 变更专家组论证意见 50

化妆品技术专业群

化妆品经营与管理专业人才培养方案

一、专业名称及代码

化妆品经营与管理（490217）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学历

三、修业年限

三年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	食品药品与粮食大类（49）
所属专业类（代码）	药品与医疗器械类（4902）
对应行业（代码）	化妆品及卫生用品批发（5134）、化妆品及卫生用品零售（5234）、理发及美容服务（8040）
主要职业类别（代码）	营销员（4-01-02-01）、连锁经营管理师（4-01-02-06）、美容师（4-10-03-01）
主要岗位（群）或技术领域	化妆品行业、美容行业的企业经营与管理、业态管理与运营等岗位（群）
职业类证书	美容师、皮肤护理师、电子商务师、化妆品配方师

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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，有较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌

握化妆品经营与管理专业知识和技术技能，面向山西化妆品和美容行业的企业经营与管理、业态管理与运营等岗位(群)，能够从事化妆品市场调研与开发、产品销售与服务、新媒体营销、美容业态管理与运营等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求:

1.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）了解相关产业文化，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。

（3）具有强烈的求知欲和自我学习、 自我发展和创新精神。

（4）具有认真刻苦、勤奋求实、严谨乐观的科学态度，具有努力追求自我发展和自我完善、有求知欲和终身学习的精神。

（5）具有健康的审美和人文素养，具备一定的文化艺术鉴赏水平，有一两项艺术特长或兴趣爱好。

（6）具有对新技术及信息的接受和理解能力、职业适应能力。

（7）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。

（8）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。

（9）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

2.知识

（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）能够熟练掌握与本专业从事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。

（3）掌握基本身体运动知识，劳动、健康、美育知识。

（4）熟悉消费心理基本知识。

（5）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。

（6）掌握开发客户、推广产品、培训等美容行业的业态管理与运营知识。

（7）熟悉化妆品商品知识， 了解皮肤基础知识，掌握美容常识及常用化妆技巧。

（8）熟悉化妆品的直播营销、网店运营和文案策划等新媒体运营与营销知识

（9）掌握化妆品市场调研，化妆品市场营销知识。

3. 能力

（1）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;

（2）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;

（3）具有创新思维、创业意识和自我发展能力;

（4）具有一定的社会适应能力、环境适应能力、自我挑战意识和竞争意识。

（5）具有化妆品市场调研，市场分析、 目标市场选择和营销策略制定的能力;

（6）具有消费者信息统计分析，科学指导消费者选购化妆品，从事产品销售的能力;

（7）具有化妆品门店的运营与管理，客户维护与服务的能力;

（8）具有开发客户、推广产品、进行产品知识和操作手法培训等美容行业的业态管理与运营能力;

（9）具有化妆品的直播营销、网店运营和文案策划等新媒体运营与营销能力;

（10）具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能及专业信息技术能力，基本掌握化妆品经营与管理领域数字化技能。

六、课程设置及要求

（一）课程体系

根据工作过程中化妆品各岗位的典型工作任务和能力

要求，提出公共课程、专业基础课程、专业技术课程和专业拓展课程，及各门课程的实训实践项目。并且，通过一、二、三课堂，在学校、企业和家庭中完成学生思想、素质和能力的培养和提升。

1. 思政育人体系

本专业围绕“培养什么人、怎么培养人和为谁培养人”这个根本问题，进一步强化课程思政建设的顶层设计，结合本专业群特色，确定“明妆之意、理妆之义、凝妆之艺、创妆之奕”为本专业课程思政育人的总目标，锚定立德树人的根本任务，统筹思政引领的第一课堂、素质提升的第一第二课堂和技能拓展的第三课堂，联动校、家、社会、企业、学生等主题，实现学生德、智、体、美、劳等基本素质的全面升级。

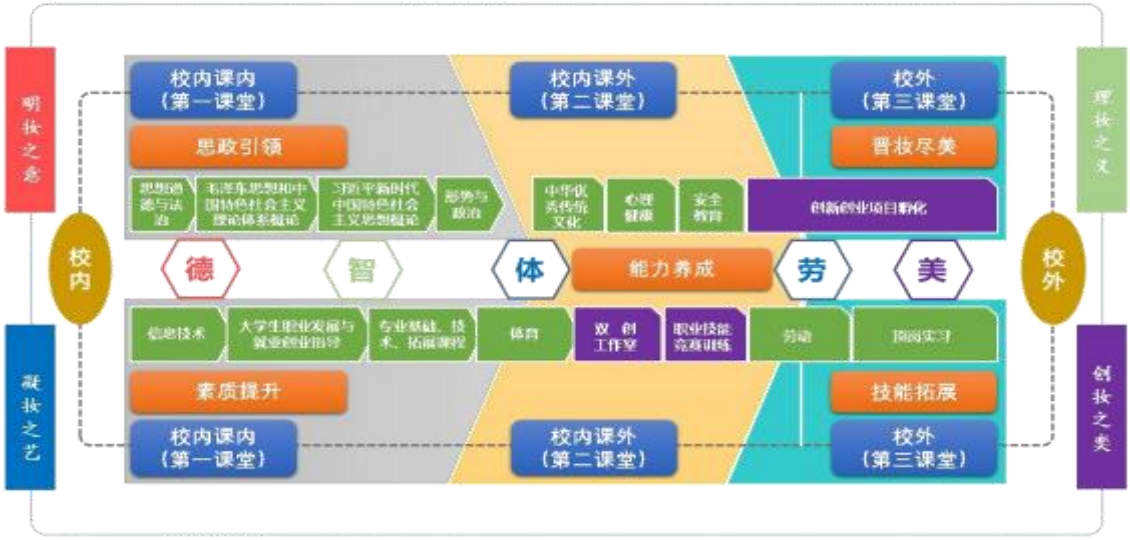


图 1　化妆品经营与管理专业课程思政育人层次图

2. 专业课程体系

依据山西省药品监督管理局关于《山西省化妆品产业集群推进计划》的总体发展目标，在深入调研与分析的基础上，

结合山西省资源现状和化妆品产业发展实际，确立了以工作过程为导向，基于岗课赛证融通需求的专业课程体系顶层设计的重构，即以化妆品岗位能力培养为主线的课程体系。



图 2　化妆品经营与管理专业课程体系逻辑图

3. 实践教学体系

在确立本专业的专业课程体系基础上，以化妆品行业核心技术技能为底层逻辑，构建“理实一体、训赛互促、实证融通”的“四递进”实践教学体系。



图 3　化妆品经营与管理专业实践教学体系矩阵图

（二）公共基础课程

主要包括：思想道德与法治、毛泽东思想和中国特社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、军事理论、心理健康教育、体育、信息技术、安全教育、中华优秀传统文化、大学生职业发展与就业指导、劳动、国家安全教育。

表 2　公共基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与要求
1	思想道德与法治	教学内容：本课程是高校思想政治理论通识必修课，立足新时代立德树人根本任务，以马克思主义人生观、价值观、道德观、法治观为核心，系统开展理想信念教育、爱国主义教育、道德品格教育与法治素养教育。课程主要教学内容涵盖：人生价值与青春担当、中国精神与家国情怀、社会主义核心价值观涵养、中华优秀传统美德与革命道德传承、社会公德、职业道德、家庭美德建设，以及宪法精神、法律体系、法治思维、权利义务、守法用法实践等核心模块。结合高职育人特色，重点融入职业德行、行业规范、岗位操守教育，实现思想道德涵养与职业素养培育深度融合。 教学要求：引导学生树立科学的世界观、人生观、价值观，筑牢理想信念根基；自觉弘扬爱国主义、集体主义、社会主义精神，厚植家国情怀；明大德、守公德、严私德，自觉锤炼高尚道德品格；系统掌握基础法律知识，树立社会主义法治观念，养成尊法学法守法用法的行为习惯；立足职业岗位需求，涵养崇德向善、遵纪守法、敬业守信的职业品质，全面提升新时代青年的思想道德素质、法治素养与综合职业素养，成长为担当民族复兴大任的时代新人。
2	毛泽东思想和中国特社会主义理论体系概论	教学内容：本课程以马克思主义中国化时代化为主线，集中阐述毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位与指导意义。教材除导论和结束语外，共设八章，前四章阐释毛泽东思想相关理论成果，后四章阐释中国特色社会主义理论体系相关成果。课程旨在帮助学生全面了解党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程，准确把握马克思主义中国化时代化理论成果，提升运用马克思主义立场、观点、方法认识、分析和解决问题的能力。 教学要求：一是掌握基本理论，领会理论成果丰富内涵，把握其一脉相承又与时俱进的理论品质，坚定“四个自信”，增进政治认同、思想认同、情感认同。二是培育理论思维，坚持读原著、学原文、悟原理，带着思考与问题钻研，持续提升理论水平与分析解决问题的能力。三是坚持理论联系实际，结合党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华民族发展史、当代实践与自身思想实际，实现知信行有机统一，自觉投身中国特色社会主义伟大实践，为实现中华民族伟大复兴贡献力量。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	教学内容：本课程是全面系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想的重要思政课程，主要内容由导论、17 章主体内容和

		结语构成，包括“十个明确”“十四个坚持”“十三个方面成就”“六个必须坚持”等内容，全面反映了马克思主义中国化时代化最新成果，反映了新时代伟大实践和伟大变革，反映了学术界共识性研究成果。 教学要求：本课程采用专题式教学，严格依据中宣部、教育部组织编写的《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》教材，使用教育部统一制作的教学课件，充分运用理论讲授、案例教学、问题链教学等方法开展理论教学。结合教学主题、学生思想和认知特点，组织课堂实践、校园实践、社会实践等开展实践教学，引导学生全面认识习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义，深刻把握贯穿其中的马克思主义立场观点方法，树立“四个意识”，增强“四个自信”，做到“两个维护”，自觉成为担当复兴大任的时代新人。
4	形势与政策	教学内容：本课程严格对标《高校“形势与政策”课教学要点》，以《时事报告（大学生版）》为核心教材，采用专题化教学。主要讲授党的理论创新最新成果、新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，以及国内外重大时事政治与热点难点问题。同时，紧密结合医药类高职院校办学特色，将国家关于教育、科技、医药卫生、职业教育等领域的新部署、新要求融入教学，深入解读“健康中国”战略、中医药传承创新发展等与医药学生职业发展密切相关的政策，引导学生正确认识世界和中国发展大势。 教学要求：1. 坚持正确导向： 牢牢把握思政课政治方向与价值取向，严格对标中央精神，确保理论阐释与案例选用权威准确，引导学生增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。2. 凸显医药特色： 立足学院医药办学定位，推动思政课程与专业教育深度融合。在讲授宏观形势时，自然融入医药行业发展趋势分析，帮助学生理解国家战略与个人前途的内在联系。3. 创新教学模式： 遵循高职学生认知规律，推行“专题式”与“问题清单式”教学。通过案例解析、情景模拟、课堂辩论等多元互动形式，用青年话语讲清国家大义，增强课程的吸引力与亲和力。4. 强化实践育人： 坚持理论性与实践性相统一，将思政“小课堂”同社会“大课堂”结合。依托校内外实践基地开展“行走的思政课”及基层调研，引导学生将理论学习转化为服务基层、奉献医药事业的实际行动。
5	军事理论	教学内容：本课程围绕提升学生国防意识和军事素养的核心目标，系统传授中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化战争、信息化装备相关基础知识。引导学生树立正确国防观与总体国家安全观，弘扬爱国主义精神、传承红色基因，强化学生国家安全责任意识。
6	心理健康教育	教学内容：本课程面向高职学生开展常态化心理健康教育，核心教学内容涵盖自我认知、情绪管理、人际交往、压力挫折应对、生涯心理调适及心理危机预防六大模块。重点讲解高职阶段身心发展特点、职业适配心理素养、校园人际沟通技巧、学业与就业压力疏导方法，普及心理健康基础知识与心理问题识别常识。 教学要求：以育人为核心，坚持理论结合实践。要求学生掌握基础心理调适方法，能够正确认识自我、接纳自我，学会科学调控负面情绪。熟练掌握人际交往、团队协作的心理技巧，可独立应对学业、生活及求职中的挫折与压力。同时树立积极健康的人生态度，具备初步的心理危机识别能力，主动规避心理风险，塑造自信、乐观、坚韧的职业心理素质，适配高职人才培养的身心素养要求。
7	体育	教学内容：高职体育课程主要包括基础理论、运动技能、职业体能及体质测试等相关内容。 教学要求：树立健康第一理念，掌握 1—2 项技能，发展通用与岗位体能，通过过程与终结考核，达《国家学生体质健康标准》，方可毕业。

8	信息技术	教学内容：本课程教学内容涵盖信息技术概述、信息检索、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作及信息素养与信息社会责任。 教学要求：通过本课程的学习学生需熟练操作办公软件，具备信息获取、加工与展示能力，树立信息社会责任感。
9	安全教育	教学内容：本课程围绕大学生成长成才与行业岗位安全需求，系统传授消防安全、网络安全、交通安全、食品安全、自然灾害防范、应急处置、专业安全等知识与技能。 教学要求：强化学生安全意识、法治意识与责任意识，提升自救互救与应急处置能力。
10	中华优秀传统文化	教学内容：本课程面向全院学生开设，围绕中华优秀传统文化中的儒，道，佛，史，医，文，诗等核心内容进行教学。为学生确立文化自信心与自豪感提供坚实基础。
11	大学生职业发展与就业指导	教学内容：本课程分职业认知规划、就业能力提升、求职实务、职场适应四大模块。结合药学类专业特色，讲解行业岗位、简历面试、政策法规、劳动权益等知识。 教学要求：立足药企、药监、康养等本地就业资源授课，落实课堂实践，引导学生树立正确择业观，掌握求职技能，匹配医药行业岗位需求。
12	劳动	教学内容：本课程面向全院学生开设。课程教学核心内容主要围绕劳动价值观与劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织（实践指导）、劳动安全和劳动法规等方面开展教育教学。培养学生树立正确劳动价值观，积极弘扬劳动精神、劳模精神、工匠精神，争做时代工匠，实现以劳树德、增智、强体、育美的目的。
13	国家安全教育	教学内容：本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为遵循，以总体国家安全观为指导，以国家安全理论与实践为主线，以学生国家安全意识提升为落脚点，传授国家安全基本知识，培养学生国家安全意识；提升学生甄别危害国家安全行为和事件的能力；引导学生履行维护国家安全的义务，使人生更有意义、更有价值。课程内容主要涵盖总体国家安全观、政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全、太空安全深海安全、极地安全、生物安全等。 教学要求：使高职院校学生牢固树立国家安全意识，培养学生爱国主义精神，使其矢志不渝听党话、跟党走，不断成为社会主义现代化强国建设的可靠接班人。
14	英语	教学内容：本课程侧重职场英语能力提升，教学内容包含英语日常听说、文本阅读、应用写作等，要求学生掌握英语听说读写译基本技能，提升跨文化交流能力。
15	应用文写作	教学内容：本课程以应用文为主要教学内容，既有利于专升本升学考试，也有助于提升学生的思维水平和语言表达能力。

（三）专业课程

1.专业基础课程

主要包括：化妆品法律法规、化妆品消费心理、化妆品市场调查、商务交流与谈判、美容技术、化妆技术、统计与数据分析基础。

表 3　专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与要求
1	化妆品法律法规	本门课程主要从化妆品生产、质量控制、技术标准、安全有效性评价、市场流通、销售和监管的主要环节，解析化妆品管理及相关法律法规的主要内容，总结化妆品监督管理的规律，介绍化妆品管理的标准化、科学化、国际化发展趋势
2	化妆品消费心理	本课程教学内容包括消费者心理活动过程，消费者的购买行为，消费者个性心理特征，消费者群体的消费心理，影响消费者购买行为的因素、消费者购买决策过程等内容
3	化妆品市场调查	本课程教学内容包括化妆品市场调查的原则，市场调查的内容，市场调查的方法，市场调查方案的设计，调查问卷的设计，市场调查活动的组织，调查资料的整理分析，调查报告的撰写
4	商务交流与谈判	本课程包括商务谈判认知、商务谈判的过程、商务谈判开局阶段策略、商务谈判报价段策略、商务谈判磋商阶段策略、商务谈判成交阶段策略、商务谈判组织管理、推销认识、推销理论与推销模式、推销方式、推销接近、推销洽谈与顾客异议处理等
5	美容技术	本课程包括皮肤养护技术，身体护理技术，物理化学美容技术，仪器美容技术，非手术美体塑形技术及装饰技术等项目内容
6	化妆技术	本课程包括认知化妆品、化妆工具，分析脸型，掌握化妆步骤，日常妆容的化妆方法，职场妆容、婚礼妆容等妆容的化妆方法
7	统计与数据分析基础	本课程主要学习商务数据统计分析的基本概念、数据分析的思路与流程、数据分析工具的运用方法与技巧等基础知识，及数据可视化技术、用户画像技巧、运营数据分析、推广数据分析商务分析报告的撰写等

2.专业核心课程

主要包括：美容化妆品制备技术、美容药物基础、化妆品品牌管理、化妆品市场营销、新媒体营销与运营、化妆品门店管理、美容导师实务。

表 4　专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	美容化妆品制备技术	①应用常用化妆品原料制备化妆品。 ②应用化妆品设备生产化妆品。 ③开展化妆品各项稳定性测试。 ④解决化妆品制备过程中出现的常见问题	①化妆品的相关理论(包括乳化理论、防腐理论、抗氧化理论)等。 ②化妆品原料在配方中的应用，包括各种肤用化妆品、发类化妆品、美容类化妆品、芳香类化妆品、儿童化妆品等。 ③化妆品的基本生产工艺和设备
2	美容药物基础	①正确进行皮肤护理与日常保养。 ②正确应用美容药物，防止滥用药物引起的不良后果。 ③开展皮肤美容用药咨询和宣教	①美容药物对人体的药理作用和作用机制。 ②美容药物的应用与不良反应。 ③美容药物的用药注意事项、药物剂型、用量用法及药物对机体的作用
3	化妆品品牌管理	①进行企业品牌定位。 ②制定企业品牌建设规划方案。 ③进行企业品牌的设计、推广与维护。 ④制定企业品牌推广宣传方案	①品牌的内涵与品牌的核心价值。 ②品牌管理的基本内容与组织形式。 ③品牌定位与品牌决策。 ④品牌的命名、设计、推广、延伸与维护
4	化妆品市场营销	①公司市场营销策略的制定。 ②执行公司营销策略并对市场进行开拓。 ③制定营销计划、分解销售目标。 ④参与客户和代理商的业务谈判及成交；提供市场趋势、需求变化、竞争对手和客户反馈方面的准确信息	①化妆品行业市场发展趋势。 ②化妆品市场营销环境分析。 ③化妆品营销策略与营销管理

5	新媒体营销与运营	①主播、各公众号的日常运营维护。 ②分析客户需求，收集客户反馈。 ③策划及撰写线上活动文案，并执行新媒体营销活动。 ④新媒体营销方案的实施，促进销售转化，提升品牌知名度，确保服务质量和客户满意度	①新媒体的发展趋势与新媒体营销的概念。 ②主流新媒体微信、微博、短视频运营的知识。 ③新媒体的传播规律、广告投放技巧、和运营策略。 ④主要新媒体文案写作类型
6	化妆品门店管理	①化妆品门店管理，制定门店整体工作计划，关键业绩指标的达成。 ②门店商品管理，合理控制各项成本。 ③跟进顾客意见的落实,合理处理顾客投诉,提高门店的服务水平和商品质量。 ④门店员工的培训、辅导、激励与考核，建立门店人才发展梯队	①化妆品门店的定位分析和商品陈列。 ②门店商品采购与存货管理。 ③门店促销的策划与实施。 ④门店的理货与补货管理、商品盘点作业管理、损耗管理
7	美容导师实务	①对公司加盟店进行产品知识、手法技能等相关知识培训。 ②协助加盟店做好开业前的筹备、宣传及驻店扶持。 ③对所管理的加盟店开展技术和销售培训，提升加盟店业绩。 ④针对加盟店制定活动方案，维护所辖区域市场，进行市场同类产品信息收集及反馈	①美容市场的现状及发展趋势。 ②皮肤护理与养护，化妆品的特性与使用知识 ③中医与营养学相关知识，皮肤相关急救知识。 ④产品的服务、营销、促销等知识

3.专业拓展课程

主要包括：专业任选课、化妆品原料、ERP 沙盘、形象设计、化妆品销售实务、美容皮肤科学与技术、中医美容按摩。

表 5　专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	学分	学时
1	专业任选课	2	32

2	化妆品原料	2	32
3	ERP 沙盘	2	32
4	形象设计	1	16
5	化妆品销售实务	1	16
6	美容皮肤科学与技术	2	32
7	中医美容按摩	2	32

（四）实践性教学环节

1.实训

在校内外开展美容实操、市场调研、门店运营、市场推广等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

2.实习

在化妆品行业的化妆品生产经营企业进行实习，包括认识实习和岗位实习。认识实习主要通过宣讲实践合作企业的文化，使学生对合作企业的文化进行熟记、了解并深入，真正理解企业的愿景、使命、目标。在了解实习企业的基础上认识化妆品行业。由企业的主要部门负责人介绍，讲解企业岗位的工作流程，使学生掌握企业的采购业务流程，销售流程、管理流程等，以更快、更好的状态进入工作状态。

岗位实习在第 5-6 学期开展，是整个实践教学中的一个重要环节。学生通过到化妆品生产经营企业进行顶岗实习，将专业知识、职业能力和实践工作有机的结合起来，采用轮岗的方式参加企业各项实践工作。在实习过程中巩固和灵活

运用所学知识，对比实际工作要求发现自身知识与能力的不足，从而提高学生的综合技能，培养学生分析和解决工作中出现的问题。为将来工作积累经验，毕业后能迅速适应工作岗位奠定基础。实习结束，学生要通过毕业考核。

（五）相关要求

学校充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。开设安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），将有关内容融入课程教学中；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。

（六）学时安排

总学时为 2514 学时，每 16 学时折算 1 学分，其中，公共基础课总学时不少于总学时的 25%。实践性教学学时不少于总学时的 50%，其中，实习时间累计一般为 6 个月，根据实际情况集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程的学时累计不少于总学时的 10%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。

七、教学进程总体安排

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施

进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。

（一）教学周分配表

学年	学期	教学活动	其 中							假期	合计
			课堂教学	入学教育及军训	认识实习	岗位实习	毕业教育及考核	考核	机动		
一	1	19	14	2	1			1	1	5	24
	2	20	17		1			1	1	7	27
二	3	20	17		1			1	1	5	25
	4	20	18					1	1	7	27
三	5	20	2			16		1	1	5	25
	6	20				17	2		1		20
合计		119	68	2	3	33	2	5	6	29	148

（二）教学计划进程表

化妆品经营与管理专业教学计划进程表

课程类型	序号	课程名称	开课系部	学分	学时				各学期周课时安排						考核方式		备注
					理论			实践	19	20	20	20	20	20			
					合计	线上	线下		一	二	三	四	五	六	考试	考查	
公共基础课程	1	思想道德与法治	马克思主义学	3	48		40	8	2*12	2*12					√		
	2	毛泽东思想和中国特社会主义理论体系概论	马克思主义学	2	32		28	4			2*16				√		
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	马克思主义学	3	48		40	8				3*16			√		
	4	形势与政策	马克思主义学	2	32		24	8	2*4	2*4	2*4	2*4				√	
	5	军事理论	素质教育教学研究部	2	36	20	16		2*4	2*4						√	
	6	心理健康教育	学生工作部	2	32	16	8	8	2*4	2*4						√	
	7	体育	体育教学部	6	108		8	100	2*12	2*15	2*15	2*12				√	
	8	信息技术	化妆品医美系	3	48	16		32	4*8							√	
	9	安全教育	素质教育教学研究部	2	32	24	8		2*1	2*1	2*1	2*1				√	
	10	中华优秀传统文化	素质教育教学研究部	2	32	16	16			2*8						√	
	11	大学生职业发展与就业指	素质教育教学研究部	2	38	22	16		2*4			2*4				√	
	12	劳动	学生工作部	1	16	8	8		2*1	2*1	2*1	2*1				√	
	13	国家安全教育	马克思主义学	1	16		12	4	2*4	2*4						√	
	14	英语 1、2	素质教育教学研究部	4	64		40	24	2*16	2*16						√	
	15	应用文写作	素质教育教学研究部	3	48		48		4*12							√	
	小　计			38	630	122	312	196	14	10	6	8					

专业基础课程	1	化妆品法律法规	化妆品医美系	2	32		20	12	2						√		
	2	化妆品消费心理	化妆品医美系	3	48		32	16	4							√	
	3	化妆品市场调查	化妆品医美系	2	32		16	16	2							√	
	4	商务交流与谈判	化妆品医美系	3	48		24	24		4						√	
	5	美容技术	化妆品医美系	4	64		16	48			4					√	
	6	化妆技术	化妆品医美系	4	64		16	48			4					√	
	7	统计与数据分析基础	化妆品医美系	2	32		20	12			2					√	
	小　计			**20**	**320**		**144**	**176**	**8**	**4**	**10**						
专业核心课程	1	美容化妆品制备技术	化妆品医美系	4	64		24	40			4				√		
	2	美容药物基础	制药系	2	32		24	8		2					√		
	3	化妆品品牌管理	化妆品医美系	2	32		16	16			2					√	
	4	化妆品市场营销	化妆品医美系	4	64		32	32		4						√	
	5	新媒体营销与运营	化妆品医美系	4	64		32	32				4				√	
	6	化妆品门店管理	化妆品医美系	4	64		32	32				4			√		
	7	美容导师实务	化妆品医美系	2	32		16	16				2				√	
	小　计			**22**	**352**		**176**	**176**		**6**	**6**	**10**					
专业拓展课（专业选修课）	1	专业任选课	教务处	2	32	32			2*8		2*8					√	
	2	化妆品原料	化妆品医美系	2	32		20	12		2						√	
	3	企业经营管理 ERP 沙盘	化妆品医美系	2	32		8	24		2						√	
	4	形象设计	化妆品医美系	1	16			16			2					√	
	5	化妆品销售实务	化妆品医美系	1	16			16		2						√	
	6	美容皮肤科学与技术	化妆品医美系	2	32		32		2							√	

	7	中医美容按摩	中药系	2	32			32				2				√	
	小　计			12	192	32	52	108	2	6	2	2					
素质拓展课（公共基础选修课）	1	人工智能类	教务部	2	32	32			16	16						√	
	2	四史类课程	教务部	1	16	16					16					√	
	3	廉洁教育类	教务部	1	16	16						16				√	
	4	美育类	素质教育教学研究部	4	64			64	2*8	2*8	2*8	2*8				√	
	小　计			8	128	64		64									
其他	社会实践活动		团委	2	2 周			2 周		1 周		1 周				√	不计入总学时
	军事训练		学生工作部	2	112			112	112							√	
课证融合课程	1	美容基础与接待服务	化妆品医美系	0.5	8												
	2	面部及身体护理技术	化妆品医美系	1	16												
	3	化妆造型与综合考评	化妆品医美系	1	16												
	小　计			2.5	40			40					40				
实习	认识实习			3	60			60	20	20	20					√	
	岗位实习	市场调研与产品策划	化妆品医美系		192			192					192			√	第5学期为24*16周；第6学期，24*17。
		终端销售与顾客服务	化妆品医美系		192			192					192			√	
		门店运营与视觉陈列	化妆品医美系		192			192						192		√	
		新媒体内容创作与账号运	化妆品医美系		216			216						216		√	
	小　计			36	852			852					384	408			
总　计				138.5	2514	218	692	1604	26	26	24	20	424	408			

备注：化妆品经营与管理专业总计2514学时、138.5学分，包括公共基础课630学时，占总学时数的25.1%，38学分；专业基础课

320学时，20学分；专业核心课352学时，22学分；选修课320学时，占总学时数的12.7%，20学分（公共基础选修课128学时，8学分；专业选修课192学时，12学分）；课证融合课程40学时，2.5学分；实习852学时，36学分（认识实习60学时，3学分；岗位实习792学时，33学分）。其中理论教学910学时，占总学时数的36.2%；实践教学1604学时，占总学时数的63.8%。

（三）学时学分统计表

项目	学时数			百分比		
	理论	实践	总计	理论	实践	总计
公共基础课	434	196	630	68.89%	31.11%	100.00%
专业基础课	144	176	320	45.00%	55.00%	100.00%
专业核心课	176	176	352	50.00%	50.00%	100.00%
专业拓展课	92	100	192	47.92%	52.08%	100.00%
素质拓展课	64	64	128	50.00%	50.00%	100.00%
课证融通		40	40		100.00%	100.00%
认识实习		60	60		100.00%	100.00%
岗位实习		792	792		100.00%	100.00%
合计	910	1604	2514	36.20%	63.80%	100.00%

八、素质教育活动安排

围绕五大核心模块，自主开展、常态化落实各类素质教育活动:

（一）思政素养教育：开展理想信念教育、化妆品安全法治教育、志愿服务及主题德育活动，培育学生良好思想品行与化妆品职业操守。

（二）劳动实践教育：结合专业实训、校园公益劳动、企业实践劳动等开展特色劳动教育，培养学生严谨规范、爱岗敬业的岗位劳动品质。

（三）职业素养拓展：组织专业讲座、技能竞赛、行业认知、

职业礼仪、岗位案例研讨等活动，强化学生专业能力与岗位适配度。

（四）创新创业教育：依托各类双创赛事、实训实践、创业模拟等活动，提升学生创新思维与就业创业能力。

（五）身心美育教育：开展文体活动、心理健康教育、美育实践等活动，锤炼学生身心素质，塑造积极向上的职业心态。

九、实施保障

（一）师资队伍

学生数与本专业专任教师数比例不高于18：1，“双师型”教师占专业课教师数比例符合要求，高级职称专任教师的比例符合要求，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

序号	教师类别	姓名	性别	职称	年龄	学历学位	职业资格证书/工种证书	是否为双师型教师
1	专任教师	赵　敏	女	副教授		本科/硕士	电子商务师	
2	专任教师	刘文娟	女	教授		本科/硕士	执业药师	
3	专任教师	赵　雯	女	讲师		本科/硕士	医用商品采购	
4	专任教师	王　坤	女	讲师		博士研究生/博士	美容师	
5	专任教师	王艺芳	女	讲师		研究生/硕	化妆品配方工	
6	专任教师	陈湘玲	女	讲师		研究生/硕	执业医师	
7	专任教师	张　乾	男	讲师		本科/硕士	医用商品采购	
8	专任教师	王国妮	女	讲师		本科/硕士	医用商品采购	

9	专任教师	尹雪婷	女	讲师		本科/硕士	医用商品采购	
10	专任教师	王丽丽	女	讲师		研究生/硕士	医用商品采购员	
11	专任教师	李一奇	女	讲师		本科/硕士	医用商品采购	
12	专任教师	冯瑞沁	女	讲师		博士研究生/博士		
13	专任教师	张琰	女	讲师		研究生/硕士		
14	兼职教师	石现	女	二级技师				
15	兼职教师	靳丽娜	女	副总经理				
16	兼职教师	郄海凤	女	高级美容师				
17	兼职教师	李晓芬	女	中级美容师				
18	兼职教师	宁丽萍	女	中级美容师				
19	兼职教师	孙文萍	女	高级美容师				

（二）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、实验室、实训室和实习实训基地。

校内实验实训室明细表

序号	实训室名称	主要设施设备名称	数量（台/套）	可实训的项目
1	泰和盛化妆品经营实训室	陈列架等	6	顾客接待、咨询与指导、化妆品陈列等
2	樊文花面部护理实训室	美容床、美容护理推车等	专业美容床 14 台、美容护理推车 8 台，蒸脸器 14 台、面部穴位练习头模 14 个，美容置物推车 2 个，皮肤检测仪 1 台	面部清洁、穴位按摩、肤质护理、手法实操等
3	多功能商务实训室	计算机、多媒体、梯形桌椅（可以根据教		市场调研、营销策划、商务

		学需要自由拼装）、药品陈列架、企业运营模拟区等	48	谈判
4	形体礼仪实训室	镜子、椅子	4	礼仪训练 形体训练
5	电子商务实训室	计算机、多媒体、电子商务师软件、网络编辑师软件、电子商务综合实训软件、青年创业实训平台（培训）、电子教室、考试系统软件等	80	化妆品销售平台搭建 售后服务
6	沙盘实训室	企业经营模拟软件、沙盘教具（包括 6 张沙盘盘面和有关教具）	8	战略规划、产品研发、市场营销、生产组织、采购管理、库存管理、财务管理
7	化妆品配方与工艺实训室	均质机、搅拌机、离心机、恒温水浴锅	均质机 3 台 搅拌机 3 台 离心机 2 台 恒温水浴锅 3 台	洗涤剂生产技术： 洗洁精的制备、洗手液的制备、洗衣液的制备、香波的制备、氨基酸透明皂的制备、中药药皂的制备、牙膏的制备、车用玻璃水的制备、洁厕用品的制备 化妆品配方设计与制备工艺、化妆品生产技术：洗面奶的制备，素颜霜的制备、口红的制备、粉底液的制备、防晒乳的制备、卸妆水的制备、面膜的制备、精华液的制备、粉状眼影的制备

校外实习实训基地明细表

序号	实训基地名称	合作单位（企业）名称	单位所在地	可顶岗实习工位数	主要实习内容
1	化妆品经营与管理基地	广州樊文花化妆品有限公司山西分公司	太原市	40	化妆品销售美容服务

2	化妆品经营与管理基地	山西泰和盛化妆品有限公司	太原市	20	顾客接待化妆品销售会员管理
3	化妆品经营与管理基地	青岛希莱雅合美健康产业发展有限公司	太原市	30	顾客接待化妆品销售会员管理
4	化妆品生产基地	山西锦波生物医药股份有限公司	太原市	10	化妆品配置 化妆品销售

（三）教学资源

1.教材选用

本专业按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家职业教育规划教材和国家优秀教材。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2.图书文献配备

图书文献配备能满足化妆品经营与管理专业人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要。配置化妆品原料、美容、化妆及彩妆技术、化妆品管理、化妆品法规、等相关的图书，订阅化妆品在营销、管理、技术等领域的期刊文献。

3.数字教学资源配置

建设专业教学资源库，专业群共享课程建设在线课程资源，配备与课程相关的微课视频、音频素材、教学课件、数字化教学案例库、题库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库；开

发和使用国家级、省级和校级在线精品开放课程资源，课程资源形式多样、使用便捷，实现数字教育资源全覆盖和动态更新。

（四）教学方法

坚持分类施教、因材施教。为了提高教学质量，教学方式可灵活多样，使用项目教学、案例教学、情境教学、工作过程导向教学、线上线下混合教学等教学方式。扩大和深化教学内容，充分调动学生参与性，注意贴近实际、贴近生活、贴近学生，促进自主泛在个性化学习。

（五）学习评价

1.公共基础课

公共基础课的考核包括平时考核和期末考试。

平时考核占期末总成绩的 50%，考核内容主要包括课堂出勤情况、作业完成情况、课堂表现、课堂测试等。

期末考试成绩占期末总成绩的 50%，采用“闭卷笔试”、“开卷笔试”、“实践考核”、“体能测试”等方式进行。重点考核学生对基本知识的理解，对基本技能的掌握，为后续专业知识学习奠定基础。

2.专业基础课

专业基础课的考核包括平时考核、期末考试和实训考核。

平时考核占期末总成绩的 30％，考核内容主要包括理论课堂

出勤情况、作业完成情况、课堂表现、测试等以及平时实训出勤情况、实训操作情况、实训室清洁卫生情况、实训报告书写情况、实训测试等。

期末考试占期末总成绩的 30%，考核内容主要包括学生对理论知识的掌握程度，采用单选题、多选题、判断题等多种题型对学生进行测试。

实训考核占期末总成绩的 40%，考核内容主要侧重学生对基本技能的掌握与应用情况，采用“实际操作”、“案例分析”、“调研报告”等方式进行。重点考核学生对技能的熟练掌握程度，以及考核学生对所学知识的应用情况，为学生综合实训、顶岗实习、今后工作奠定基础。

3. 专业核心课

专业基础课的考核包括平时考核、期末考试和实训考核。

平时考核占期末总成绩的 30%，考核内容主要包括理论课堂出勤情况、作业完成情况、课堂表现、测试等以及平时实训出勤情况、实训操作情况、实训室清洁卫生情况、实训报告书写情况、实训测试等。

期末考试占期末总成绩的 30%，考核内容主要包括学生对理论知识的掌握程度，采用单选题、多选题、判断题等多种题型对学生进行测试。

实训考核占期末总成绩的40%，考核内容主要侧重学生对基本技能的掌握与应用情况，采用“实际操作”、“案例分析”、“调研报告”等方式进行。重点考核学生对技能的熟练掌握程度，以及考核学生对所学知识的应用情况，为学生综合实训、顶岗实习、今后工作奠定基础。

4.认识实习

实习实训的考核应以实际操作考核为主，将过程考核与结果考核相结合、个人考核与小组考核相结合、企业考核与学校考核相结合，不仅评定学生的个人实践操作能力，而且评定学生在实践活动中的实训态度、实训过程中的主动性、创新性、协调能力和沟通能力。学校根据实习实训的内容，以优秀、 良好、及格和不及格评定学生的实习实训成绩。

评定的主要依据是实习实训的态度和完成的工作量以及在实习实训过程中的主动性和创新性。总体上是以企业评价为主，学校评价为辅。企业评价以实际操作为主，根据企业岗位标准进行考核；学校评价则依据实习记录、实习总结报告、实习鉴定、实习出勤率等方面综合评定成绩。实习总成绩考核分为优秀、良好、合格和不合格。

5.选修课（素质拓展+专业拓展）

选修课的考核包括平时考核和期末考试。平时考核占期末总

成绩的 50%，考核内容主要包括课堂出勤情况、作业完成情况、课堂表现、课堂测试等。

期末考试成绩占期末总成绩的 50%，采用“ 闭卷笔试”、“开卷笔试”、“实践考核”、“社会调查”等方式进行。通过考核来开拓学生的视野，拓展学生的思维。

6. 岗位实习

岗位实习的考核应以实际操作考核为主，将过程考核与结果考核相结合、个人考核与小组考核相结合、企业考核与学校考核相结合，不仅评定学生的个人实践操作能力，而且评定学生在实践活动中的实训态度、实训过程中的主动性、创新性、协调能力和沟通能力。学校根据实习实训的内容，以优秀、 良好、及格和不及格评定学生的实习实训成绩。

评定的主要依据是实习实训的态度和完成的工作量以及在实习实训过程中的主动性和创新性。总体上是以企业评价为主，学校评价为辅。企业评价以实际操作为主，根据企业岗位标准进行考核；学校评价则依据实习记录、实习总结报告、实习出勤率等方面综合评定成绩。实习总成绩考核分为优秀、良好、合格和不合格。

（1）优秀

实习态度认真、纪律性强，出勤率高，能优异地完成任务，

达到实习大纲中规定的全部要求；能对实习内容进行全面、系统的总结，很好地把所学专业理论和知识运用到实习工作中去，对某些方面的问题有独到的见解；实习单位和实习指导老师评价高；按时提交实习报告，实习记录详实、认真，实习报告思路清晰，观点正确，内容完整，分析问题透彻，具有一定的理论深度，质量高。

（2）良好

实习态度端正、纪律性较强，出勤率较高，能较好地完成实习任务，达到实习大纲中规定的全部要求，得到实习单位和实习指导老师的好评；能对实习内容进行较好的总结，较好地把所学专业理论和知识运用到实习工作中去，对某些实际问题加以分析和解决；能按时提交实习成果，实习记录较详实、认真，实习报告思路较清晰，观点正确，内容完整，分析有据，质量较好。

（3）合格

实习工作态度比较认真，纪律性一般，能基本上按实习大纲中规定的要求，完成实习任务；基本能对实习内容作总结，但不够完整、系统；基本能把所学专业理论和知识在一定程度上运用到实习工作中去，工作态度和能力得到实习单位老师的认可；能按时完成实习记录和实习报告，但不够系统；实习报告内容相对完整，思路清楚，能较有条理地分析问题。

（4）不合格

实习工作态度不认真，纪律性差，未能按要求完成实习任务，实习单位和指导老师评价较差；实习过程中弄虚作假；实习记录和实习报告质量较差；未交实习报告或实习报告内容不完整，思路不清楚，说理不充分，分析问题观点不明，或出现常识性错误；参加顶岗实习时间未超过全部实习时间二分之一以上者。

（六）质量管理

1.建立了专业人才培养质量保障机制、专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实习实训以及资源建设等质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2.建立教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、 日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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.专业教研室组织建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，借助智慧校园平台，利用评价分析结果有

效改进教学手段与方法，持续提高人才培养质量。

4.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

5.学院每年有计划安排专业教师到企业进行跟岗实践，掌握最新专业技术。

十、毕业要求

1.思想政治合格;

2.学业成绩合格;

3.岗位实习鉴定合格;

4.达到《国家学生体质健康标准》要求;

5.取得相关职业资格证书;

6.取得普通话等级证书。

十一、主要接续专业

接续高职本科专业：市场营销、电子商务、化妆品工程技术

接续普通本科专业：市场营销、工商管理

十二、附录

1.山西药科职业学院化妆品经营与管理专业人才培养调研报告

2.山西药科职业学院化妆品经营与管理专业建设指导委员

会成员名单

3. 山西药科职业学院人才培养方案变更审批表

4. 变更专家组论证意见

附件 1

山西药科职业学院化妆品经营与管理专业人才培养调研报告

一、调研背景与目的

（一）调研背景

1.化妆品行业进入高质量发展新阶段

近年来，我国化妆品行业市场规模持续扩大。据国家统计局数据，2025 年我国化妆品类零售总额达到 5791.0 亿元。消费升级、细分赛道崛起、线上线下渠道深度融合成为行业发展核心特征。

与此同时，行业监管体系日趋完善。2021 年 1 月 1 日起施行的《化妆品监督管理条例》（国务院令第 727 号）确立了注册人备案人制度、功效宣称制度、安全评估制度等基本制度框架。2022 年，国家药品监督管理局发布《化妆品功效宣称评价规范》（2022 年第 12 号公告），进一步细化了功效宣称的评价要求。原料溯源管理、儿童化妆品监管、进口化妆品管理等配套政策陆续出台，推动行业从“规模扩张”向“质量效益”转型，合规经营成为企业生存发展的底线要求。

2.山西省化妆品产业集群加速发展

依据山西省药品监督管理局《山西省化妆品产业集群推进计

划》，山西省依托地方特色资源发展化妆品产业。全省依托黄芪、山参、盐池黑泥等特色资源开展化妆品研发，太原、运城两大核心集聚区加速成型。医药零售企业跨界布局医美药妆赛道，进一步拓宽了人才需求场景。

3.行业人才供需矛盾突出

当前化妆品行业面临渠道创新加速、合规门槛抬高、数字化营销普及、特色产业集群发展等新形势。直播电商、新媒体运营等新业态快速发展，对从业人员的知识结构和技能水平提出了更高要求。

行业人才供需矛盾日益突出：一方面，企业对具备扎实专业基础、熟练实操技能、懂法规政策、善运营管理的高素质技术技能人才需求迫切；另一方面，部分院校培养的人才存在实践能力不足、知识结构与岗位需求脱节等问题，难以快速适应企业岗位要求。在此背景下，开展系统、科学的人才需求调研，摸清行业人才需求的规模、结构与质量要求，尤为必要。

（二）调研目的本次调研旨在达成以下目标

1.摸清需求底数

明确化妆品行业当前及未来3—5年的人才需求规模、岗位分布、学历要求、技能要求及素质要求，系统掌握行业人才需求特征。

2.找准培养差距

分析当前化妆品经营与管理专业人才培养与企业岗位需求

之间的差距，诊断专业建设中存在的突出问题，为人才培养方案优化提供实证依据。

3.汇集行业智慧

了解行业企业对专业课程设置、实践教学、师资建设、校企合作等方面的意见和建议，推动产教深度融合。

4.指引发展方向

预测化妆品行业人才发展趋势，为专业长远发展规划、人才培养方向调整提供参考，确保专业建设始终与产业发展同向同行。

二、调研设计与实施

（一）调研对象

本次调研覆盖全国及山西省内不同规模、不同类型的化妆品相关企业，兼顾大型龙头企业与中小型企业，确保调研样本的代表性和广泛性。具体调研对象包括：化妆品生产企业（山西锦波生物医药股份有限公司等 ）、化妆品销售与服务企业（山西泰和盛化妆品有限公司、广州樊文花化妆品有限公司山西分公司等）、配套服务企业（省内代表性电商与直播服务企业）、行业主管部门与科研院所（山西省药品监督管理局、相关科研机构）。

（二）调研方法

本次调研采用定量与定性相结合的混合研究方法：

1.文献研究法

系统查阅了国家及地方关于化妆品行业发展的政策文件、行业报告、统计数据；研究了《化妆品监督管理条例》及配套法规

体系；参考了教育部高等职业教育专科专业教学标准（2025 年修（制）订）及相关院校人才培养方案。

2. 问卷调查法

设计《化妆品经营与管理专业人才需求调查问卷》，内容涵盖企业基本信息、人才需求规模、岗位设置、学历与专业要求、技能要求、素质要求、薪酬水平、校企合作意愿等维度。

3. 深度访谈法

选取代表性企业，与企业负责人、人力资源主管、技术部门负责人及一线岗位员工进行深度访谈，获取问卷难以覆盖的细节信息。

4. 实地考察法

深入化妆品生产车间、研发实验室、线下门店、直播基地进行实地考察，直观了解企业生产工艺、设备水平、岗位设置、工作环境及人才使用现状。

三、行业发展现状与人才需求总览

（一）行业发展总体特征

当前，我国化妆品行业正处于从“规模扩张”向“质量效益”转型的关键时期，主要呈现以下特征:

1. 市场规模稳步扩容

据国家统计局数据,2025 年我国化妆品类零售总额达 5791.0 亿元。中国已成为全球第二大化妆品消费市场。

2. 产业链持续完善，新业态蓬勃发展

上游高端原料研发持续推进，中游品牌竞争日趋多元化，下游线上线下深度融合。直播电商已成为化妆品销售的重要渠道之一。

3.监管体系日趋严密，合规要求全面提升

从原料溯源到功效宣称，从生产经营到广告宣传，全链条监管体系基本建立，企业合规管理能力成为市场准入和持续经营的关键要素。

4.区域产业集群效应显现

山西省依托特色资源禀赋，化妆品产业集群发展初见成效。

（二）人才需求总体特征

1.需求总量持续增长

化妆品行业保持增长态势，企业对各类专业人才保持旺盛需求。新媒体运营、直播带货类岗位需求增长迅速；医药零售行业化妆品方向人才需求增长明显。

2.学历层次以专科为主体

表 1　学历层次对应岗位一览表

学历层次	对应岗位类型
大专	销售类、技术服务类、运营管理类
本科及以上	研发类、中高层管理类、合规管理类
中职及以下	基础操作类、辅助服务类

高职专科层次人才是化妆品行业人力资源需求的主体，与我院办学定位高度吻合。

3. 工作经验要求务实

行业对应届毕业生持开放态度，同类院校相关专业毕业生就业情况良好。

4. 薪酬水平稳步提升

行业整体薪酬呈上升趋势，新媒体运营、直播、门店管理类岗位薪酬优势明显。多数企业提供社会保险、技能培训及晋升通道。

四、人才需求结构分析

（一）岗位分布

化妆品经营与管理专业人才主要面向四大类岗位:

表 2　岗位及主要工作内容一览表

岗位类别	主要工作内容	典型岗位名称
销售类岗位	线下专柜/门店销售、客户开发、渠道拓展、客户关系维护	销售代表、专柜导购、渠道经理
技术服务类岗位	皮肤检测、个性化护肤方案定制、美容护理、化妆造型、仪器操作	美容师、化妆师、皮肤管理师
运营管理类岗位	新媒体运营、直播带货、门店管理、品牌推广、数据分析	新媒体运营专员、直播主播、门店店长
培训咨询类岗位	产品知识培训、销售技巧培训、美容咨询、肤质诊断	美容导师、培训讲师、咨询顾问
其他岗位	合规管理、采购管理、行政管理	合规专员、采购专员

销售类、运营管理类和技术服务类三类岗位是专业人才培养的重点方向。其中运营管理类岗位需求增长尤为突出，反映了行业数字化转型对运营人才的旺盛需求。

（二）岗位能力要求分析

1.通用能力要求

行业企业对人才的通用能力要求主要包括：沟通表达能力、团队协作能力、计算机与信息技术应用能力、问题分析与解决能力、自主学习能力、合规与安全意识。

2.岗位专项技能要求

销售类岗位核心技能：客户开发与谈判技巧、线下渠道运营与管理能力、销售目标达成与业绩分析能力、客户关系维护与售后服务能力、产品功效讲解与使用方法演示能力。

技术服务类岗位核心技能：皮肤检测与肤质判断能力、个性化护肤方案定制能力、美容护理与仪器操作技能、化妆造型设计与实施能力、美容技术培训与指导能力。

运营管理类岗位核心技能：新媒体平台（微信、微博、抖音、小红书等）运营能力、直播策划与实施能力、内容策划与文案撰写能力、门店运营与库存管理能力、数据分析与决策支持能力。

培训咨询类岗位核心技能：专业知识系统讲授能力、培训课程设计与开发能力、肤质诊断与咨询服务能力、销售话术设计与培训能力、行业标准与产品体系掌握能力。

3.职业素质要求

行业企业高度关注人才的职业素质，主要包括以下几个方面：

（1）诚实守信、职业道德：化妆品行业直接面对消费者，诚信是基本底线；

（2）团队协作能力：门店运营需要多岗位协同配合；

（3）学习能力与进取心：产品和平台规则更新快，需要持续学习；

（4）责任意识与敬业精神：要对消费者的肌肤健康负责；

（5）沟通表达能力：销售和服务都需要良好的沟通能力；

（6）抗压能力与适应能力：销售和服务岗位均有一定压力，需要心理承受力；

（7）合规意识与安全意识：化妆品监管日趋严格，合规经营至关重要；

（8）创新思维：营销方案需要创新，同质化内容缺乏竞争力。

（三）人才供需差距分析

通过对比人才培养现状与企业实际需求，发现以下突出差距：

1.课程内容与产业新业态的匹配度不足

学生对直播电商、新媒体运营等新业态了解不足，对化妆品行业法规的掌握不够。现行课程体系中，新媒体运营、合规管理等课程比重偏低，与产业实际需求存在差距。

2.实践教学条件与真实职业场景存在距离

学生实际动手操作能力有待加强。校内实训室缺乏直播实训场景、皮肤管理中心、模拟美妆门店等真实职业环境。校外实习多为短期顶岗，学生难以系统掌握核心运营和服务技能。

3.专项技能培养的精准度有待提高

人才培养侧重通用销售和服务技能，对直播控场、数据分析、门店运营、合规管理等专项技能的培养针对性不够强。

4.师资队伍的行业实践经验相对薄弱

部分专业教师缺乏化妆品行业一线运营、销售、服务的实战经验，教学中难以将理论与行业最新实践有机结合。

5.服务区域产业发展的定向培养不足

针对山西省特色化妆品原料（黄芪、山参、盐池黑泥等）、本土品牌和医药跨界美妆的定向培养内容较为欠缺。

五、专业建设对策建议

基于调研发现，对照《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）和《教育部高等职业教育专科专业教学标准》（2025年修（制）订）的要求，提出以下对策建议:

（一）优化课程体系，强化岗位对接

1.调整课程结构，增加新业态课程比重

建议将实践性教学学时占比提升至不低于总学时的50%，增设以下方向课程：山西特色化妆品应用、医美药妆经营等。

2. 构建模块化课程体系

按销售类、技术服务类、运营管理类、培训咨询类四大岗位方向设置模块化课程，学生可根据职业规划自主选择主修方向：

表 3 岗位模块与课程匹配表

岗位模块	核心课程建议	对应核心技能
销售模块	消费心理分析、化妆品市场营销、商务交流与谈判、销售实务	客户开发、谈判技巧、渠道管理
技术服务模块	美容皮肤科学与技术、美容技术、中医美容按摩	皮肤检测、方案定制、仪器操作
运营管理模块	新媒体营销与运营、化妆品门店管理	直播运营、数据分析、门店管理
培训咨询模块	美容导师实务、消费心理分析	课程设计、讲授能力、咨询服务

3. 全面融入行业法规教育

将《化妆品监督管理条例》及配套法规体系、功效宣称规范、原料溯源管理要求、山西省地方标准系统融入专业课程教学，培养学生全过程合规意识。

（二）强化实践教学，提升动手能力

1. 完善校内实训基地建设

重点建设以下实训场所：化妆品门店模拟实训室、电子商务与直播实训室、皮肤护理与美容技术实训室、ERP 沙盘模拟实训室。配备行业主流设备，打造与真实职业场景高度相似的实训环

境。

2.深化校企协同育人机制

与省内外化妆品龙头企业共建实习实训基地，推行“认识实习—综合实训—岗位实习”三阶段递进式实践体系。其中，认识实习安排在第1—2学期，岗位实习安排在第5—6学期，累计不少于6个月。探索订单式培养和现代学徒制培养模式。

3.改革实践考核评价方式

建立“过程考核+结果考核”“学校评价+企业评价”相结合的多元评价体系，将真实业务指标纳入实训考核范畴。

（三）加强师资建设，提升“双师”素质

1.提升专任教师实践能力

建立教师定期赴企业实践制度，安排专业教师到化妆品企业进行跟岗实践，重点参与直播运营、门店管理、技术服务等一线工作。

2.优化兼职教师队伍

建立稳定的企业兼职教师库，聘请行业运营骨干、金牌培训师、合规管理专家等承担实践课程教学，确保“双师型”教师占专业课教师比例不低于。

3. 加强教学团队建设

建立线上线下相结合的集体备课制度，定期开展教学研讨活动，借助信息化手段持续改进教学方法和手段。

（四）对接区域产业，突出特色培养

1.融入山西特色资源

开发“山西特色化妆品原料与应用”专题课程，将黄芪、山参、盐池黑泥等特色资源的研究与产业化应用纳入教学内容。

2.服务医药跨界融合

发挥学院药学办学传统优势，强化“医美药妆经营”“药店美妆品类管理”等课程内容，为医药零售企业转型培养“懂药又懂妆”的复合型人才。

3.强化本土企业合作

与山西省内化妆品龙头企业建立定向培养机制，在课程开发、实习就业、技术服务等方面开展全方位合作。

（五）推进“岗课赛证”融通，提升就业竞争力

1.以岗定课

依据岗位能力需求确定课程内容，确保课程设置与岗位要求高度契合。

2.以赛促学

鼓励学生参加各级各类职业技能竞赛，将竞赛标准融入日常教学。

3.以证验能

将美容师、电子商务师、化妆品配方师等职业类证书标准融入课程教学，支持学生取得相应职业技能等级证书，落实“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点要求。

六、发展趋势与展望

结合调研数据和行业发展规律，未来 3—5 年化妆品行业人才需求将呈现以下趋势:

1. 复合型人才需求持续旺盛

既掌握化妆品专业知识，又精通新媒体运营、合规管理、数据分析等跨界技能的复合型人才，将成为企业争相招聘的核心对象。

2. 新兴细分赛道人才需求扩大

功效护肤、银发美妆、男士美妆、敏感肌护理等细分领域持续增长，对应的专业销售、技术服务、运营人才需求将不断扩大。

3. 数字化运营人才需求持续增长

AI 精准营销、大数据分析等技术在化妆品行业的深度应用，将持续推动具备数字化运营能力的人才需求增长。

4. 医药跨界美妆人才成为新蓝海

药品零售行业向“健康+美丽”转型的趋势日益明显，既熟悉药品经营管理规范又掌握化妆品专业知识技能的跨界人才需求将持续增长。

5. 持证人才竞争优势更加突出

持有皮肤护理师、电子商务师、化妆品配方师等职业技能等级证书的毕业生，就业竞争力和薪酬水平具有明显优势。

七、结论

本次调研运用文献研究、问卷调查、深度访谈和实地考察等多元方法，对全国及山西省化妆品行业发展现状与人才需求进行

了全面系统的分析。主要结论如下:

（一）行业需求旺盛，发展前景广阔

2025 年我国化妆品零售总额达 5791.0 亿元，行业持续增长带动人才需求旺盛。高职专科层次人才是行业需求的主体，为专业毕业生提供了广阔的就业空间。

（二）岗位结构清晰，培养方向明确

销售类、技术服务类、运营管理类构成核心岗位群，与专业培养目标高度契合。运营管理类岗位需求增长迅速，反映了行业数字化转型的趋势。

（三）能力要求明确，培养标准清晰。

行业对人才的通用能力、专项技能和职业素质均有明确要求。诚信品质、团队协作、学习能力位列素质要求前列，是职业素养培育的重点方向。

（四）培养差距存在，改革方向清晰

课程内容与产业新业态匹配不足、实践教学条件与真实场景存在差距、区域产业对接不够紧密等问题，是专业建设需要重点突破的关键环节。

（五）发展趋势明朗，战略布局紧迫

复合型人才需求、数字化运营人才需求、医药跨界人才需求的快速增长趋势，要求专业建设必须着眼长远、提前布局。

综上所述，化妆品经营与管理专业应以本次调研为依据，以行业需求为导向，以《教育部高等职业教育专科专业教学标准》

（2025 年修（制）订）为基准，持续优化人才培养方案，深化产教融合、校企合作，强化“岗课赛证”综合育人，不断提升人才培养质量，为化妆品行业高质量发展和山西省化妆品产业集群建设提供坚实的人才支撑。

附件 2

山西药科职业学院化妆品经营与管理专业建设指导委员会成员名单

主　任:

赵　敏	副教授	山西药科职业学院 系副主任

副主任:

赵　雯	讲　师	山西药科职业学院 教研室主任

委　员:

王丽峰	讲　师	山西药科职业学院 教研室主任
孙笑宇	讲　师	山西药科职业学院 教研室主任
靳丽娜	副总经理	广州樊文花有限责任公司山西分公司
高瑞刚	总经理	山西泰和盛化妆品有限公司

附件 3

山西药科职业学院人才培养方案变更审批表

申请日期：　　年　　月　　日

<table>
<tr><td colspan="2">系部</td><td colspan="3"></td><td>专业</td><td colspan="3"></td><td>年级</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="7">异动前培养方案安排</td><td>课程代码</td><td>课程名称</td><td>学时</td><td>课程类型</td><td>开课学期</td><td rowspan="7">异动后培养方案安排</td><td>课程代码</td><td>课程名称</td><td>学时</td><td>课程类型</td><td>开课学期</td><td>异动类别</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">变更原因</td><td colspan="10"></td></tr>
<tr><td colspan="2">系部意见</td><td colspan="4">系主任签字：（盖 章）
年　　月　　日</td><td>教务部意见</td><td colspan="5">签字：（盖 章）
年　　月　　日</td></tr>
</table>

此表一式两份，系部和教务部各存一份。

注：1.如果仅是周数、开设学期需要变更，由系部提出申请，报教务部部长批准；如果涉及课程或环节的学分、课时的变更和课程或环节的增减，则需教务部部长签署意见，经分管院领导同意。

2.培养方案的制定和调整应科学、严谨，不得因老师个人原因调整。一般不得影响毕业总学分。

3.方案调整在每学期下达教学任务前集中进行，正在上或已经上的课程不得调整。

4.异动类别为提前、延后、替代、新增、删除。

附件 4

变更专家组论证意见

专业名称（代码）：

序号	姓名	工作单位	职称/职务	分工	签名
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
论证意见	经专家组对　　专业人才培养方案变更充分论证，意见如下： 论证专家签字： 年　月　日				