

高等职业学校渔业经济管理专业教学标准

一、专业名称（专业代码）

渔业经济管理（510405）。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

三年。

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域举例
农林牧渔大类 (51)	渔业类 (5104)	渔业 (04)	经济计划人员（2-06-01-00）； 其他经济业务人员（2-06-99-00）	水产品市场营销； 渔业企业经营管理； 渔业企业成本核算

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向渔业经济管理等职业群，能够从事水产品市场营销、渔业企业经营管理、渔业企业成本核算等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

（一）素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）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。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1~2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

（二）知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

（3）掌握本专业所需的计算机应用知识和信息技术知识。

（4）掌握水产品市场调研与分析的方法。

（5）掌握渔业经济管理、渔业企业生产经营管理的基本知识。

（6）掌握水产品营销代理、营销活动策划的知识和方法。

（7）熟悉渔业企业财务会计基本知识。

（三）能力

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（3）具有一定的信息加工能力和信息技术应用能力。

（4）能正确进行企业市场策划、调研、开拓和维护。

（5）能使用现代渔业企业管理技术和手段，有效实施渔业生产、技术、设备、渔需物资、劳动和成本管理。

（6）能正确进行水产品市场营销环境与市场分析，能制定营销活动策划案，具有营销代理能力。

（7）能独立进行渔业企业生产能力设计，能进行生产流程分析，制定生产计划与作业计划，具有库存管理、质量管理能力。

（8）能独立进行电子商务商品规划与管理、渠道规划与管理，能对网站运营进行维护。

（9）能对渔业企业经营成本进行预测、决策、计划和核算，能正确分析成本计划完成

情况，分析成本升降原因，实施降低成本举措。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并可将党史国史、劳动教育、创新创业教育、大学语文、高等数学、公共外语、信息技术、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。

学校根据实际情况可开设具有本校特色的校本课程。

2. 专业课程

专业课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。学校可自主确定课程名称，但应包括以下主要教学内容：

（1）专业基础课程。

专业基础课程一般设置 6~8 门，包括：经济学基础、管理学基础、渔业概论、基础会计、市场营销学、渔业政策与法规、经济法等。

（2）专业核心课程。

专业核心课程一般设置 6~8 门，包括：渔业企业经营管理、水产品营销与代理、现代渔业经营运作、水产品电子商务、渔业技术经济、成本核算与分析等。

（3）专业拓展课程。

专业拓展课程包括：投资项目管理基础、产业经济讲座、经济地理学、公司营运实战等。

3. 专业核心课程主要教学内容

专业核心课程主要教学内容如表 2 所示。

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
1	渔业企业经营管理	渔业企业管理职能与现代企业制度；经营管理；决策技术；计划管理；网络计划技术；渔业企业技术管理；设备管理；渔需物资管理；劳动管理；成本管理；经济核算与经济活动分析
2	水产品营销与代理	水产品营销环境与水产品市场调研；水产品营销活动策略；水产品绿色营销；水产品物流管理；水产品国际营销
3	现代渔业经营运作	水产品生产能力设计；流程分析与服务设计；水产项目管理；生产计划与作业计划；库存管理、供应链管理和物流管理；水产品质量管理

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
4	水产品电子商务	电子商务商业模式应用；电子商务安全与风险管理；电子支付；电子商务物流；电子商务的客户关系管理；水产品定位管理；商品规划管理；渠道规划管理；电商客服、市场推广和网站运营
5	渔业技术经济	渔业经济效益评价；渔业投入产出分析；渔业产业结构优化；渔业项目可行性分析；渔业生产效益分析；渔业技术创新与经济增长分析；渔业技术扩散与推广
6	成本核算与分析	渔业企业的成本预测、控制、决策、计划和核算；成本计划完成情况分析；实际成本支出控制；成本升降原因分析；降低成本的途径与方法

4. 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。实习实训主要包括校内外实训、跟岗实习、顶岗实习等多种形式，实验实训可在校内实验实训室、校外实训基地等开展完成；社会实践、顶岗实习、跟岗实习可由学校组织在渔业生产、渔业流通、渔业服务与商贸类企业和新型渔业经营主体开展完成。本专业实践性教学主要有市场调研分析、渔业技术经济统计分析、成本核算与分析、水产品网络营销专项技能训练，企业经营管理、电子商务等沙盘模拟实战校内综合实训，专业实践活动等社会实践，毕业设计（论文）等。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

5. 相关要求

学校应统筹安排各类课程设置，注重理论与实践一体化教学；应结合实际，开设安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

（二）学时安排

总学时一般为 2800 学时，每 16~18 学时折算 1 学分。公共基础课学时一般不少于总学时的 25%。实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%，其中，顶岗实习累计时间一般为 6 个月，可根据实际集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程学时累计不少于总学时的 10%。

八、教学基本条件

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

应配备财务会计、渔业经济统计分析、商务谈判、社交礼仪、市场营销模拟沙盘、企业经营管理模拟沙盘、电子商务技能模拟沙盘、网店营销等单项技能校内实训室和产教融合的校内综合实训基地。每个校内实训室应具有满足约40人完成实训任务必备的场地、材料、专业设施和设备。主要实训室设备标准如下。

（1）电子商务技能模拟沙盘实训室。

电子商务技能模拟沙盘实训室应配备服务器、投影设备、白板、计算机每人1台、常规办公软硬件配置、多媒体讲台、配置网店运营推广、店铺装修、网店客户等模拟软件实训操作平台；可模拟电子商务企业的经营、数据魔方分析、店铺开设、网店装修设计与制作、网店客服、采购投标、商品入库、发布商品、SEO优化、SEM推广、订单分发、货物出库、货物签收、支付工资、应交税缴纳、关账等主要任务；用于网络营销策划、淘宝店铺装修、电子商务运营、网店客服等课程教学与实训。

（2）网店营销实训室。

网店营销实训室应配备服务器、投影设备、白板、安装Windows系统计算机每人1台、商品拍摄工作台（柔光灯、三脚架、普通工作台）、学生用摄影相机、教师用专业相机、常规办公软硬件配置、多媒体讲台、配置网店运营、网络营销相关模拟软件；按照企业网店

业务的要求将实训室进行样品陈列展示区、存货区、工作区、会议室、会客室、财务室的布局建设，全真模拟网络营销；用于网络营销策划及推广、SEO搜索引擎优化、商品拍摄与美化、网页设计与制作、数据库原理及应用、网店客服、网店运营等课程的教学与实践。

(3) 企业经营管理沙盘模拟实训室。

企业经营管理沙盘模拟实训室应配备投影设备、白板、教师端计算机1台、学生端计算机10台、沙盘摆放桌10张、ERP沙盘模拟实训软件1套；用于培养学生的整体战略制定、产品研发与生产、市场开拓、销售管理、财务管理、团队协作等企业经营管理职业技能；支持企业经营管理沙盘实训、现代企业管理学、市场调查与预测、基础会计实训等课程的教学与实训。

(4) 市场营销沙盘模拟实训室。

市场营销沙盘模拟实训室应配备服务器、投影设备、白板、教师端计算机1台、学生端计算机10台、沙盘摆放桌10张、市场营销综合实训与竞赛系统1套；用于学生体验完整的营销过程，感悟正确的经营思路和营销理念；支持市场营销专业技能实训、市场调查与预测、营销策划与实训、销售管理等课程的教学与实训。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；选择渔业生产、渔业流通、渔业服务与商贸、新型渔业经营主体、渔业管理部门等企业作为校外实训基地。基地规模要与实训学生规模相适应，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

(三) 教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：行业政策法规资料，有关职业标准，有关经济管理的技术、

标准、方法、操作规范以及实务案例类图书等。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

九、质量保障

(1) 学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

(2) 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

(3) 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

(4) 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。