

高等职业学校体育运营与管理专业教学标准

一、专业名称（专业代码）

体育运营与管理（670408）。

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
教育与体育大类 (67)	体育类 (6704)	体育 (89); 商务服务业 (72)	健身和娱乐场所服务人员 (4-13-04); 体育经纪人 (4-13-05-02); 其他文化、体育和娱乐 服务人员 (4-13-99); 商务专业人员 (2-06-07)	体育场馆管理员; 健身休闲场所管理人员; 赛事执行人员; 赛事策划人员; 赛事营销(推广)人员; 运动顾问; 体育运动项目培训推广; 体育市场营销专业人员

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，面向体育和商务服务行业的健身和娱乐场所服务人员、体育经纪人、其他文化体育和娱乐服务人员、商务专业人员等职业群，能够从事体育赛事的组织和实施、体育场所的管理和服务、体育培训的市场推广以及体育装备的市场营销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）掌握一定的运动人体科学知识。

（4）掌握体育管理和体育经济学的基础知识。

（5）掌握体育市场营销相关的基本理论和方法。

（6）掌握体育产业的基本知识。

（7）熟悉在体育产业相关领域从事运营、管理和市场推广等的专业知识。

（8）掌握一定的体育运动项目专业知识。

（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）具有体育组织机构的基础管理和服务能力。

（4）具有体育赛事的项目策划及实施能力。

（5）具有社会体育活动的组织管理和咨询服务能力。

（6）具有体育项目培训的课开发程和咨询服务能力。

- (7) 具有各类体育场所（俱乐部）的经营管理能力。
- (8) 具有体育有形产品和无形产品的市场开发和推广能力。
- (9) 具有进行客户开发、维护和管理的能力。

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：运动解剖学、运动生理学、体育产业导论、实用体育管理、体育经济学基础、体育市场营销实务等。

（2）专业核心课程。

专业核心课程一般设置 6~8 门，包括：体育营销策划实务、体育赛事管理实务、体育场馆管理实务、客户服务管理、体育经纪人、体育专项训练等。

（3）专业拓展课程。

专业拓展课程包括：运动防护类课程及社会体育指导员、体育赞助、电子商务实务、品牌管理、体育设施与管理、体育运动俱乐部管理、体育消费心理学、商务沟通与谈判、市场调查与分析、体育法规等。

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	体育营销策划实务	体育市场营销策划的基本知识；体育市场营销策划的基本流程；市场细分与定位策划；体育市场营销要素策划；体育市场营销策划书的撰写等。具体包括：体育市场营销策划基本知识；市场营销策划的基本流程；体育市场细分与定位策划；体育市场营销要素策划；体育市场营销策划书的撰写

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
2	体育赛事管理实务	体育赛事管理的基础理论；体育赛事管理的总体战略和具体计划；体育赛事事实操等。具体包括：体育赛事管理的基础理论；体育赛事管理的战略和总体计划；体育赛事管理实务
3	体育场馆管理实务	体育场馆经营管理的基础知识；体育场馆经营管理的实务等。具体包括：体育场馆管理的基础知识；体育场馆管理的实务操作
4	客户服务管理	客户服务策划、客户服务提供，客户服务控制、客户服务改进等。具体包括：客户服务策划；客户服务提供；客户服务控制；客户服务改进
5	体育经纪人	体育经纪人的职业守则与素质；体育经纪人活动的基本知识；体育经纪业务等。具体包括：体育经纪人的职业守则与素质；体育经纪人活动的基本知识；体育经纪业务
6	体育专项训练	体育专项训练的基本理论知识；专项技术的竞赛组织与裁判法；专项技术的运动技能；专项技术的教学组织方法等

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。实验、实训可在校内实验室、实训室以及校外实训基地等开展完成；社会实践、跟岗实习、顶岗实习由学校组织，可在体育行业相关企事业单位开展完成。实训、实习主要包括：认识实习、体育运营与管理专业综合实训、跟岗实习、顶岗实习等。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；具有体育管理或体育教育等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；具有较强的信息化教学能力，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体育运营与管理行业、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

(1) 体育商务运营技能实训室。

体育商务运营技能实训室应配备服务器、投影设备、白板、计算机（1 台/人），网络覆盖，可运行电子商务、营销管理、数据分析等软件，支持体育电子商务、体育赛事策划、体育场馆互联网运营等项目实践课程的教学与实训；配备打印机、扫描仪、传真等办公设备；设置商务接待与客服区域；用于体育服务咨询等项目的实践教学。

(2) 体育运动项目推广技能实训室。

体育运动项目推广技能实训室应配备相关体育运动项目的装备与器材，计算机、音响、投影设备等，网络覆盖；用于体育运动装备与器材等的市场开发与推广、体育运动项目培训顾问咨询等模拟实践项目的教学与实训。

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；能够开展体育赛事的组织和实施、体育场所的管理和服务、体育培训的市场推广以及体育装备的市场营销等实训活动，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；能提供体育场馆管理员、健身休闲场所管理人员、赛事执行人员、赛事策划人员、赛事营销（推广）人员、运动顾问、体育运动项目培训推广人员、体育市场营销专业人员等相关实习岗位，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；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，体育产业文献资料，有关体育管理与体育营销类图书，体育运营与管理教学与训练方法、操作规范及实例类图书，有关体育运动项目的标准与规范、教学与方法的图书等。

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。