

服装设计与工艺专业 2017 级人才培养方案

(2017 年 3 月)

专业代码：580410

专业负责人：胡毅、韩亚东

招生对象：普通高中毕业生、中等职业学校毕业生

学分制：学分制（基本学制 3 年）

一、培养目标与人才规格

（一）培养目标及基本要求

1、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，面向纺织服装业的服装制版师、裁剪师、工艺师等职业群，能够从事服装产品设计、样板设计、工业制版、工艺设计、**服装跟单跟单**等工作的高素质技术技能人才。

2、基本要求

本专业培养的毕业生热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有爱国主义、集体主义、社会主义思想和良好的思想品德；在具有通识类专业知的基础上，分向重点掌握高级定制、服装生产技术管理与服装品牌营销管理三大主要领域岗位的核心技能；具备较快适应岗位需要的实际工作能力；具有创新创业精神、良好的职业道德和心理素质。

1) 服装设计与工艺专业（高级定制方向）

培养学生专业能力、方法能力、社会能力全面协调发展，注重工匠技艺培养。具备定制量体、定制制版与工艺设计、非遗传统手工艺等核心专业能力，同时具备着装搭配能力、定制工作室管理、创新创业等拓展能力。能够胜任中小定制型服装企业、大型服装企业定制部门的定制服装版师、量体师、服装工艺师、手工艺师、服装定制顾问等岗位的高素质技术技能人才。

2) 服装设计与工艺专业（生产技术管理方向）

培养学生专业能力、方法能力和社会能力全面协调发展，具备服装样板与工艺设计、**服装跟单**、服装质量控制、成衣生产技术管理等专业核心能力，同时具备服装面辅料采购与库房管理、智能化流水线管理等专业拓展能力。能够胜任服装企业的服装样板师、服装工艺师、**跟单员**、**跟单员**、采购员、服装 QC、服装 QA、服装 IE、现场管理人员等岗位的高素质技术技能人才。

3) 服装设计与工艺专业（品牌营销管理方向）

本专业方向以培养服装企业营销岗位职业能力为核心，以促进学生专业能力、方法能力和社会能力全面协调发展为标准，培养德修于正、学究于行的，具有服装商务头脑及终端管理实施、市场调研分析、市场开拓、品牌管理等专业能力，能够从事服装及相关企业的专卖店店长、督导、终端培训、数据分析、货品管理、客户管理、网络营销、品牌策划等职业岗位的高素质技术技能人才，同时具备形象设计、服装买手、对外贸易等方面的专业拓展能力。

（二）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：

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) 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。

2. 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) 熟悉服装发展历史与变迁,掌握借鉴国内外服饰艺术分析、服饰的造型美、色彩美、装饰美、把握服饰发展的规律。

4) 掌握服装审美方法,了解形式与内容的关系,掌握基本的形式美法则,熟练掌握服装元素和形式构成的一般规律。

高级定制方向:

5) 掌握服装设计的方法,掌握服装效果图、平面款式图的绘制要求与标准,掌握各类服装设计表达的方法、绘制要求与标准。

6) 熟练掌握服装的量体方法,根据客户气质、体型、要求等因素,掌握各服装品类的松量设计方法。

7) 具有高级服装设计与制作知识,掌握设计、色彩、材质、版型、服装缝制技巧等专业知识,了解个性化定制产品的相关要求。

8) 掌握服装定制工作室运作与管理的基础知识,了解日常运营的流程和管理方法。

9) 掌握市场营销、客户开发与维护基础知识。

生产技术管理方向:

5) 掌握服装基础设计的方法,掌握服装平面款式图的绘制要求与标准,掌握企业生产图、工艺图的绘制要求与标准。

6) 熟悉服装设计、服装工艺流程、服装缝制技巧、服装配件与展示等的专业用语表达方法,掌握服装订单、工艺单等工艺资料的编写方法,掌握服装单证的识别与编制方法。

7) 掌握纺织纤维的外观形态结构和主要性能及鉴别方法,掌握面料的识别与应用方法。

8) 熟练掌握服装的量体方法,各服装品类的松量设计方法。

9) 熟悉服装的国家标准,掌握各品类服装样板的制作技术,并能进行样板修正与确认。

10) 掌握服装工艺制作方法,掌握各类服装的工艺流程、各部位质量要求、基本缝制方法以及各种缝制技巧。

11) 掌握服装工业制版的基本概念和基本理论,掌握服装规格设计、系列化规格设计的方法,掌握推板的步骤及方法。

12) 能够熟练使用服装 CAD 软件系统中各种工具, 熟练掌握服装 CAD 样片结构设计、推板、排料技术。

13) 熟悉服装跟单的基本工作流程, 掌握样衣工艺单的内容与编制方法, 掌握跟进和制作产前样的方法, 掌握市场调研的方法, 了解市场营销方式。

品牌营销管理方向:

5) 有一定的人文社会科学知识, 掌握必备的生产技术、终端管理、品牌运作的基础知识, 服装设计专业知识及生产、营销管理知识, 具有良好的科学文化素质。

6) 具备较扎实的服装设计、营销基础知识。

7) 掌握品牌策划方案设计的方法与相关知识。

8) 掌握实体店和互联网运营方法和具体实施内容, 移动互联网运营的店铺管理及日常运营的相关基础知识。

9) 掌握业务接洽、成衣采买、仓储物流等相关知识。了解人力资源管理、产业链相关运作及企业管理的内容和原理。

3. 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。

高级定制方向:

3) 具有良好的文化内涵与美学修养, 具备时尚敏锐度与创新思维能力; 具备扎实的手工精艺制作的专业能力和匠心精神, 掌握刺绣、手工等传统技艺, 能在大型高级定制企业担任手工艺设计师岗位。

4) 具有量体与人体数据分析能力, 具备较扎实的定制服装制版与特体服装制版能力, 能担任大型服装企业量体师、服装改装师、服装定制制版助理等初级岗位, 通过职业能力提升, 具备高级定制制版师岗位能力。

5) 能从设计、色彩、材质、版型、工艺、等方面进行个性化定制产品整合的能力, 具备一定的服装定制设计能力。

6) 具备创新创业能力, 能进行工作室运作与管理。通过职业提升能力训练, 毕业后具备高级定制工作室创业与管理专业能力。

7) 具有一定的客户管理与营销管理能力。培养学生能在高级定制服装生产

企业协助客户群开发与维护、基本成本控制与销售管理的专业能力。通过职业提升能力训练，毕业后具备一定的高级定制业务实施与客户管理的专业能力。

生产技术管理方向：

3) 能够根据客户要求和服装制单的编制要求，解读设计图纸提供的产品信息与产品要求，整理和编制服装订单、工艺单等系列文本资料；具有较强的计划、组织、协调能力。

4) 具有计算机文件文字处理能力及逻辑推理能力；具有多渠道、高效率的信息收集与应用能力。

5) 能够独立完成市场调研，能够完成服装制版与工艺设计任务。

6) 能够绘制各类服装的平面款式图，能够绘制企业生产图、企业生产所需的局部工艺图。

7) 具有服装的纸样技术与样衣制作能力，具有一定的审板、样衣修正能力和 CAD 操作能力。

8) 能够解读设计图纸提供的产品信息与产品要求，能够应用立体裁剪技术完成产品的板型设计，能够进行服装立体造型设计制作。

9) 能够理解客户提供的技术资料，设计常用服装的规格和系列化规格，具有服装的推板、放码、排料的能力。

10) 能够核算服装单耗、制作工时，并制定服装工艺单。

品牌营销管理方向：

3) 具有创新思维能力，能从设计、结构、工艺、色彩、材料、营销等方面整合产品。

4) 具有基本的设计、策划表达能力（主要表现在营销调研、熟练的方案撰写和表达的能力）。

5) 具备终端运营（初级）岗位中实体店和互联网运营，移动互联网运营的店铺管理及日常运营能力。

6) 通过职业能力提升训练，能进入服装品牌运营（中、高级）岗位，具备一定的品牌运营实践和管理能力；能进入职业拓展、提升岗位，具备一定的业务接洽、成衣采买、仓储物流、人力资源管理、产业链相关运作及企业管理等实践和管理能力。

二、专业岗位素质及技能要求

(一) 高级定制岗位

1、服装设计岗位

初级：礼服设计助理、花稿设计员

中级：高级定制设计师、成衣定制设计师

2、定制技术岗位

1) 服装制版技术岗位

初级：高级定制版师助理、婚纱礼服打版师、电脑排料员、改装师、量体师

中级：高级定制制版师、高级量体师

2) 工艺技术岗位

初级：手工、样衣员、高级定制跟单、婚纱礼服 QC

中级：手工师、绣坊技师、工艺师

3、职业拓展岗位

私人定制导购、高级定制销售顾问、高级定制搭配师、工作室运营

(二) 高级定制方向专业典型岗位素质及技能分析

岗位		岗位对应的能力分析	
		岗位综合素质要求	岗位专业技能要求
服装设计岗	礼服设计师 设计助理 花稿设计员	具有良好的文化内涵和美学修养能把握服装流行趋势，具备良好的沟通能力和应变能力。	具有服装产品设计、图案与色彩设计、服装效果图绘制能力，计算机辅助设计工具操作能力，能进行时装市场调研、流行趋势分析、面料收集。
	礼服设计师 成衣定制设计师	具有对趋势快速反应能力、敏锐的时尚感知和创新思维；具有具备洞察客户着装习惯及穿着心理的能力。	具有服装产品开发、市场调研、制定商品企划的能力，掌握面辅料性能与运用。具有良好的服装设计、色彩搭配、效果图绘画等专业技能。
服装制版技术岗位	高级定制版师 礼服打版师 电脑排料员 改装师	具备审视服装效果图，解析服装结构的能力，熟悉服装cad 电脑软件，能进行制版、推版、排版。	掌握各种服装结构制图方法，掌握不同人体形态的服装样板修正方法，能根据客户体型修改纸样；熟练使用电脑 CAD 制板及排料；精通服装缝制工艺流程。
	量体师	具备良好的沟通能力和应变能力，具备数据分析、统计、整理与归档的能力，具有对服装流行趋势和客户着装习惯敏锐的洞察力。	精通服装版型，了解客户体型特征，可以单独针对不同体型的客户进行精确量体，并修改、调整量体数据符合版型工艺。
工艺技	手工师 绣坊技师	具有良好的职业道德、沟通协调能力强。熟悉传统手工艺，具有工匠精神；对刺绣技艺较为熟悉，能进行全面的绣品设计、管理、工艺改进等任	掌握传统手工技艺，具有传承、发展与创新手工艺的能力；具有产品的设计与研发的能力

术 岗 位		务。	
	样衣员 工艺师	熟悉服装缝纫有关的标准。能对有较强的事业心与责任感。能领会设计师意图,具有一定的分析判断能力。	熟悉服装基础知识;数量掌握缝制技术与工艺标准;了解服装材料的基础知识、掌握工艺设计技巧以及服装面料、辅料的鉴别。
	高级定制跟单理 单员 婚纱礼服 QC	具有良好的沟通能力与应变能力,具有信息收集与渠道拓展的能力;具有服装检验有关的标准、法规。能对服装外观,标识等进行识别和鉴定。	具备服装结构与服装工艺基础知识;了解服装品质检测与控制的基础知识;掌握服装面料、辅料鉴别的专业知识。
职 业 拓 展 岗 位	私人定制导购高 级定制销售顾问	具有良好语言表达与沟通能力,较强的协调能力与应变能力;具有良好的时尚感与审美能力;能够熟练操作office办公软件和ERP软件。	具备一定的服装搭配、服装结构工艺基础知识,能给客户购买提供服装的款式搭配、版型选配等专业建议;具备销售跟踪,销售信息收集、汇总、反馈,已经处理客户售后问题的专业能力。
	形象顾问 高级定制搭配师	具有出色的语言表达能力和沟通能力,能为顾客提供专业易懂的服装讲解,应变能力强,具有较强的服务意识;具有敏锐的时尚感知和创新思维。	能帮助顾客进行个人风格和色彩分析,按照 TPO 原则,结合客户的社会角色需求,帮助客户进行专业的外在形象设计与着装搭配。
	工作室运营	具有敏锐的洞察力、吃苦耐劳的精神,优秀的沟通与交际能力,应变能力;具备竞争精神、决断力和经营管理能力。	具备市场营销、工作室运营与管理,产品企划、开发、采购等相关知识,具备货品管理、成本核算等专业技能。

(三) 生产技术管理岗位

1、生产技术岗位

1) 服装制版岗

初级: 样版师助理、面料计划员、电脑排料员

中高级: 样版师、裁剪车间主任、板房技术主管

2) 服装工艺岗

初级: 工艺员、工艺制单员

中高级: 工艺师、工艺主管、技术部部长

2、生产管理岗位

1) 车间管理岗

初级: 生产计划员、采购员

中高级: IE 技术员、车间主任、采购主管

2) 质量控制岗

初级: 服装理单员、跟单员、QC、库管员、面辅料采购员

中高级：业务经理、QC 主管、QA 主管、采购主管

3、职业拓展岗

服装业务员、品牌创业

(四) 生产技术管理方向专业典型岗位素质及技能分析

岗位		岗位对应的能力分析	
		岗位综合素质要求	岗位专业技能要求
生产技术岗位	服装制版师 排料员 板房技术主管	具备审美与时尚感知力，具有解读服装效果图、解析服装结构的能力； 电脑 office 软件、服装 CAD 软件操作能力。	掌握服装结构制图方法，能熟练的运用结构设计方法制作不同款式服装的样板，熟练使用电脑 CAD 制版及排料；精通服装工艺流程，具有检查样衣及对样衣给出工艺意见及建议的专业能力。
	工艺员 工艺主管	具有吃苦耐劳、踏实严谨的职业素养，具有文字编写与计算机操作能力； 具有较好的语言表达与沟通能力，能与制版师、设计师沟通，给出工艺意见；熟悉服装工艺设备的使用。	具备一定的服装结构与面辅料知识，掌握服装生产工艺方法，能够领会产品的结构、面料特征、设计风格，设计工艺，并能根据工艺重点，提升产品的制作工艺；能根据产品特点和设备情况进行生产工艺设计，制定生产工艺单和工艺流程，并能安排工序；具有服装设备操作能力、服装工艺模板开发能力。
生产管理岗位	跟单员 跟单员	有较好的文字表达和制图能力，能熟练运用办公软件；具备吃苦耐劳的职业素质、与客户、生产方协调沟通能力，能承受较繁重的工作；具有信息收集、分析的能力；分析问题、解决问题以及对突发事件处理能力。	具备服装生产技术、质量检查标准、面辅料等专业基础知识；熟悉服装产品加工成本；熟悉国家标准；能根据客户要求、产品特点整理出指导后续生产的标准化文本；能按客户要求对服装的质检；跟进工厂生产日期，确保按时交货。
	生产计划员 IE 技术员 车间主任	具有良好的职业道德修养，具有组织生产和管理的能力。掌握服装生产管理系统的运用以及更新改进，能发现问题、解决问题。善与人沟通，能综合协调各部门关系。	熟悉服装生产管理各个流程模块和控制，熟悉生产设备应用；具有服装制作工艺和技术设计、流水控制的制定和应用，精通服装流水各个环节质量控制和 IE 技术工具开发与应用的能力。
	QC 员 QC 主管 QA 员 QA 主管	熟悉质量管理体系，具备质量策划、实施、审核与改进的能力。具有良好的职业道德修养，能坚持原则，秉公执法。	熟悉质量管理体系与服装基础知识，具有将服装行业特点与质量管理体系结合起来，有效地进行质量管理的技能；具备辅助裁剪、生产线细化工艺、制定质量控制规范文件的能力。
	采购员 采购主管	具有良好的语言表达能力、沟通能力和吃苦耐劳的精神。具备渠道开发、资源收集、数据分析、货品管理的能力；熟悉服装的基础知识、面辅料知识、成本控制能力，以及服装采购决策、采购方法和技巧。	掌握采购策略的核心内容；熟悉采购运作系统；具有改善采购组织和采购流程的技能；具备降低采购成本的实战技巧，建立先进的采购系统，持续开发与评估供应商的技巧与能力。
职业拓展岗位	业务员	具有良好的职业道德修养，沟通协调能力强。对服装生产企业业务流程较为熟悉，能进行全面的客户管理，尤其是合同管理，达到促进销售作用。	熟悉服装基础知识，能根据客户需求提供满意的产品，并为客户提供专业服务。
	品牌创业	具有敏锐的洞察力、吃苦耐劳的精神，优秀的沟通与交际能力，应变能力；具备竞争精神、决断力和经营管理能力。	具备市场营销、企业管理相关知识；掌握品牌策划与运作技巧；熟悉服装产品企划与开发流程。

（三）品牌营销管理岗位

1、服装终端岗位

1) 实体店铺运营

初级：导购、陈列助理、搭配师、店助、店长

中级：督导、培训师

2) 虚拟店铺运营

初级：客服、网站美工、网店店长、产品采购跟单、店铺推广、数据分析

中级：店铺运营主管

2、销售营运岗位（终端岗位之后通往销售营运岗位提升，含直营&加盟）

1) 商品

初级：信息分析员、商品专员

中高级：商品主管、商品经理

2) 市场、销售

初级：销售助理（专员）、市场拓展专员、客户服务专员

中高级：销售主管（区域主管）、市场部主管（市场拓展&维护&加盟店管理）

销售经理（城市经理、区域经理、品牌经理）、市场部经理、售后服务部服务、营销总监

3、职业拓展岗位

销售业务接洽员（订单型服装企业等）

服装买手

企业管理人员

服装外贸

仓储物流管理人员

人力资源管理人员

（四）品牌营销管理方向专业典型岗位素质及技能分析

岗 位	岗位对应的能力分析	
	岗位综合素质要求	岗位专业技能要求

服装终端岗主线一：实体店铺运营	导购	具有良好职业道德修养，正确的工作态度，较强的吃苦耐劳精神、抗压能力和社会适应能力；主动学习的意识并付诸实施；对产品较强的表述能力；较强的服务意识；人际交流和合作能力。	了解企业文化；掌握货品知识（掌握商品尺码、吊牌信息、商品面辅料、色彩及洗涤保养知识）；掌握货品销售技能；基础服饰搭配技巧；能够完成陈列基础维护；能够进行服务标准的实施。
	陈列专员 & 服饰搭配师	具有良好职业道德修养，了解服装终端运作实际，掌握展示陈列的基本表现方法和陈列技巧。	具有一定的色彩及搭配能力，能够进行产品陈列以及橱窗陈列，同时具有一定的卖场设计和陈列管理能力以及终端运营管理，终端培训等能力。
	店长 & 店助	相貌端正有亲和力；良好的职业道德修养；能够合理安排和分配工作；具有一定的领导决策能力；能够做好和公司及店铺内部的沟通；一定的数据分析能力；能做好终端现场管理。	理解企业文化，掌握销售技巧；人员、资金等方面的有效组织管理、培训；客户服务和管理；妥善处理顾客投诉等；销售任务分解、执行；指导店铺有效的货品进、销、存、调管理；店铺促销活动实施。
	督导	具有良好职业道德修养；良好的语言表达能力、领导决策能力、沟通协调能力和组织调动能力；有效进行店铺人员培训，合理协调所管辖区域店铺的人员、资金、客户等终端日常事务管理；能不断学习并帮助所管辖区域的店铺提升团队管理水平，提升整体业绩。	主导和参与编制并修订各类培训手册；制订店铺营运标准，制订巡店制度与标准；组织各类巡店活动，并考核店铺；协助执行公司各类公关、广告、品牌推广计划；对各店长、店员的招聘、培训、管理；公司各部门与各终端销售点的沟通协调。
	终端培训师	良好的职业道德修养，一定的文书能力、演讲技巧及店铺管理知识；具有计划、培训和企划能力；能熟练操作 WORD 和 PPT 等办公软件；顺利实施终端相关培训工作，懂得现场的气氛营造和控制。	完成对导购的技能培训；培训计划的拟定；培训资料的搜集、整理；培训实施。
服装终端岗主线二：虚拟店铺运营	网络销售专员 网络客服专员 网络美工专员 数据分析专员 网络推广及营销管理	有良好职业道德修养和网络安全意识，能够针对企业问题应用网络营销相关技能，能紧密联系网络营销前沿技术与企业团队人员协作解决问题。	网络营销常用工具方法分析与应用能力；网络市场调研与分析能力；服装网络推广能力；网店网站风格也页面设计能力；服装网络销售能力。
服装品牌运营岗位	商品专员 商品信息分析专员	具有良好职业道德修养，能运用正确的数据处理和分析方法完成工作，不断学习最新的数据分析方法，真实反映和解释数据传递的信息；和客户进行有效沟通，协助相关部门和客户处理货品事宜；及时有效完成下达的各项工作任务。	新品推荐；对零售数据的有效采集；利用数据作店铺分析；熟练运用数据分析软件；货品进度跟踪（物流、销售、库存状况）；发货通知（向物流部门）；协助销售部完成货品短缺、退换处理。

	商品主管 商品经理	<p>具有良好职业道德修养，能够保守企业秘密；能通过沟通，及时、准确了解客户货品状况及需求；能对常规与非常规数据变化做出准确判断，有效反映和优化客户货品结构状况，以帮助上下游部门和客户解决相关问题或提出解决方案。</p>	<p>货品上市计划（和销售人員一起）；下达货品配发指令；优化货品结构，指导店铺进行有效的货品进、销、存、调管理；数据指标分析，找出问题，提出问题解决建议；参与商品促销方案设定。</p>
	销售专员 客户服务专员	<p>具有良好职业道德修养，能够保守企业秘密；独立完成工作的能力，良好的协调能力和应变能力；能够熟练操作 Excel、Word 等办公软件和 ERP 软件；能及时有效完成上级下达的各项工作任务。</p>	<p>客户资料的管理；帮助客户理解政策，督导执行；参与订货会的客户订货引导；报表制作；发货进度的把控，日常货品补、调、退处理； 销售跟踪，销售信息收集、汇总、反馈；客户售后问题处理。</p>
	销售主管 销售经理	<p>具有良好的职业道德修养，能够保守企业秘密；较强的合作、沟通、协调的能力；具备计划能力、组织能力、学习思索与创新的能力；熟悉 Excel、Word、PPT 等办公软件和 ERP 软件；一定的培训能力和撰写策划书的能力。</p>	<p>目标市场的设立和拓展，加盟店/商的甄选；销售计划制定、分解、跟踪执行、调整；促销方案的拟制和实施；参与订货会，制定店铺 / 客户订货计划；报表分析，并完成店铺 / 客户货品上市计划和货品管理，提出货品结构调整、备货及促销建议；客户信用额度评定、客户回款计划并实施催款；竞争品牌分析；店铺 / 客户销售指导及服务工作的。</p>
	市场部主管 市场部经理	<p>具有良好的职业道德修养，能够保守企业秘密；逻辑处理能力、沟通协调能力和策划能力；独立工作能力强，有培训技术；大型商业活动策划和实施经验；能够随时准备出差；熟悉 Excel、Word、PPT 等办公软件。</p>	<p>对加盟商/加盟店/直营店新店开拓的审核；制定、分解和组织实施（年度广告、区域市场推广、年度促销）；制定市场规范计划；完善客户档案；就品牌的推广与报刊、媒体及策划公司等联系，开展公关活动；协助销售部搞好客服及各种庆典活动的组织策划；卖场形象推广和培训组织、实施。</p>
职业拓展 & 职业提升 岗位	销售业务 接洽人员	<p>具有基本的职业道德，良好的与同事、上司、生产商、客户等沟通的能力；对服装产品较强的表述能力和团队协作能力；较强的服务意识；能够独立完成业务谈判前的材料收集准备工作，完成业务的谈判，适时的改变谈判方法。</p>	<p>能够阐述一般订单型服装企业的管理制度、组织架构和工作流程，说出常用面料的市场价格；根据不同情况适时的制订一套较为可行的谈判方案；在团队中协调分配任务，适时的调整和修改谈判，持续对业务进行跟踪检查能力；协调生产商、客户、公司要求的能力。</p>
	服装买手	<p>具有良好的职业道德修养，能够保守企业秘密；能够有效的和上下游部门进行合作、沟通、协调，具备良好的团队精神和敬业精神；具备有效的时尚信息收集、选择和产品开发能力。</p>	<p>根据市场动态变化、企业运作实际，有效利用不同范围内搜集到的信息；运用正确的数据处理方法得出分析结论；掌握买卖的基本策略；掌握有效的谈判方法；优化产品结构，提高商品的运转速度，提升商品价值。</p>

	<p>供应链 管理人员</p>	<p>具备从事职业活动所需要的行为能力，能够有效的和上下游部门进行合作、沟通、协调的能力；分析解决问题能力—对供、产、销各环节工作的问题处理能力，供应链管理理论的运用能力；计算机信息处理能力。</p>	<p>熟练掌握供应链的基本概念、结构、特征和类型，以及供应链管理的概念、目标、运作方式等基本知识；熟练掌握供应链采购的含义、特点、准时采购思想，实施采购活动；能够完成供应链合作伙伴的选择、供应商关系管理与客户关系管理；能够熟练应用信息系统及信息技术等。</p>
	<p>仓储主管 仓储经理</p>	<p>具有良好职业道德修养，能够保守企业秘密；能通过沟通，及时、准确了解货品存储状况及需求；按规定完成原材料，服装产成品的进出库与在库管理；能对常规与非常规数据变化做出准确判断，有效反映和优化货品储存结构，以帮助上下游部门和客户解决相关问题或提出解决方案。</p>	<p>制定原材料与产成品库存管理策略与计划（和销售一起）；全面掌握库存及发运；优化货品结构，配合相关部门进行有效的货品进、销、存、调管理；数据指标分析，找出问题，提出问题解决建议；拟定相关工作制度、人力计划及费用预算并监管实施。</p>
	<p>人力资源主管 人力资源经理</p>	<p>具有良好的职业道德修养，熟悉人才招聘的流程，能够做好工资及绩效考核工作；完成团队建设与拓展；能够做好公司人员晋升制度与考察与沟通；能够做好与公司各部门员工的沟通，良好的综合分析能力、组织能力、协调能力、沟通能力。</p>	<p>熟悉办公软件及相关的人事管理软件，较强的语言表达和文字编撰能力熟练操作；对现代企业人力资源管理模式、职能有系统的了解；熟悉国家、地区及企业关于合同管理、薪金制度、用人机制、保险福利待遇、培训等方面的法律法规及政策</p>
	<p>企业管理人员 (中高层)</p>	<p>具备从事职业活动所需要的行为能力，能够有效的和上下游部门进行合作、沟通、协调的能力；分析解决问题能力，管理理论的运用能力；计算机信息处理能力。</p>	<p>能以系统的方法认识企业的运作过程和模式；一定的分析和解决管理类问题的能力；人员的组织管理培训能力，能运用管理工具分析职工的行为，积极有效的促进工作的积极性；能够分析企业市场营销运作，进行市场调查，并全面配合企业营销工作的能力；合理组织生产，保证质量的能力；运用财务指标分析企业财务状况，运用量本利方法分析企业的风险；领导能力与企业文化建设的能力。</p>

三、课程体系

(一) 课程体系

1、课程体系设计思想

根据前期的人才需求分析，我院建立了大平台多方向，“专业方向动态设置，职业能力递进培养”的工学结合人培模式，通过校企合作构建并实践“以工作过程为导向”课程体系，深化教学内容改革。深入开展岗位职业技能分析，按企业需求和学生能力培养规律重构课程体系，开发基于工作过程的课程，按照职业岗位知识、能力、素质结构要求，与企业共同构建服装生产技术管理和品牌营销管理能力模块。确立了以专业知识(基础知识、核心知识、拓展知识)和专业技能(基

本技能、核心技能、拓展技能)两大系统构建的能力层次递进型体系。课程体系的建立遵循层次递增的规律循序渐进,以学生的选择为起点,以就业为导向的模式实现良性发展和循环,同时课程体系建设的重点放在专业课的优化方面。该方向专业课程基于服装行业真实工作过程,以课程项目化为特征,以服装产品生产过程和实际营销过程为课程教学主线,依托校内外实训基地进行“行动导向、任务驱动”的理论实践一体化教学。

专业课程基于服装行业真实工作过程,以课程项目化为特征,以服装生产和营销推广过程为课程教学主线,依托实训基地以行动导向、任务驱动的形式实施一体化教学。以国家标准或行业企业标准为课程指导,基于工作过程确定课程内容,将典型工作任务转化为学习性工作任务,依托学习性工作任务进行教学实施和教学评估。在核心课程中引入国家标准或行业企业标准,根据岗位职业标准,归纳、归类典型工作任务,界定各门课程的目标和内涵,并在课程中注入了相关职业资格认证的职业标准。

2、基本素质课程体系

基本素质课程以培养“积极参与社会生活,学会做人,提升可持续发展能力”为目标,围绕学生未来必备的社会生活素质要求设置各类课程:思想政治教育类、生活通识和通用技能类、身心健康类、人文类、就业与创业类。公共基础课程彻底摆脱学科式的思路,将典型社会生活情境转化为学习情境,构建基于社会生活过程的实用性、专题活动性的学习体系。

思想政治教育类:思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策。

生活通识和通用技能类:大学英语、计算机基础、实用英语、经济数学。

身心健康类:体育、健康教育。

人文类:时尚品鉴。

就业与创业类:就业指导、社会实践。

3、专业技术课程体系设计

根据高级定制、服装生产和品牌营销岗位的基本特点,结合学习者成长周期规律,按不同的岗位群分年级、分学期、分阶段的进行模块化设定。课程中除了设置基本素质模块、专业技能基本模块、专业核心技能模块,还有设置专业拓展模块,拓展了学生职业能力,增强了学生就业竞争力。第一学期:主要实施基本

素质模块和专业技能基本模块的教学。主要完成综合素质教育以及对服装行业的基本认识和专业基本知识技能的学习，搭建岗位基础平台。第二学期：根据学生自身特点进行专业分方向的教学；在不同方向分别实施专业核心技能模块和专业拓展模块教学。以市场为导向，围绕行业、企业实际需求，强化学生职业素质的形成和专业能力的全面发展，缩短毕业生与企业的磨合期。

在实施过程中，保证三年不断线，实践形式多样化，理论与实践不分家，相互融通。其中，服装高级定制方向在教学方案中，安排了 38 周的集中实训；服装生产技术管理方向，安排了 37 周的集中实训；服装品牌营销管理方向安排了 36 周的集中实训（包括课程设计），除此之外，三个专业方向均设置了多门理实一体化课程，是“教、学、做”一体化教学理念在教学计划中的具体体现。

（二）课程设置

依据“双向服务、工学交替”的人才培养模式，重构的“五段四递进”的课程体系的整个课程设置。如表 3 所示。

表 3 服装设计专业设置的课程与应达到的素质、技能要求

课程模块	课程名称	课程来源	素质及技能要求	备注
基本素质模块	思想道德修养与法律基础	校内建设	树立正确的世界观、人生观和价值观，具备基本的思想道德素质、职业素质与法律素质。	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	校内建设	了解中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，了解反映马克思主义中国化的理论成果，掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本观点和基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。	
	计算机应用基础	校内建设	了解计算机基本知识，具备网络信息检索能力，掌握文档排版、数据处理与分析、制作图文并茂的演示文稿及幻灯片的技能。具备灵活运用计算机这个现代化工具去处理日常学习工作和面临的各种问题的能力。	参加计算机应用等级考试，取得相应技能证书
	体育	校内建设	了解体育运动的基本理论知识，掌握一定基本技术，对一、两个体育运动项目产生兴趣，并自觉、主动参与体育锻炼。	
	经济数学	校内建设	掌握数学的基本方法，了解函数、极限、连续、一元微积分及其应用、常微分方程、线性代数、概率论的基本概念和理论，掌握数学软件 MATLAB 的基本应用，具	

			备一定的综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力。	
	大学英语	校内建设	掌握运用英语进行简单的对外技术交流，如打电话、会议讨论、谈判等。具备用英语的思维了解一些与工作场景，工作任务相关的知识的能力，并逐步具备运用英语模拟工作场景的能力。	参加大学英语应用能力考试，取得相应证书
专业基础素质模块	服装概论	校企合作	了解服装发展脉络、服饰演变发展的规律、服装涉及到的美学、材料、设计方法、制作工艺等内容，对服装行业进行全面的了解。	公共平台课程
	服装市场营销	校企合作	学生在课程结束后，能够掌握营销企划的方法，了解国内外营销方面的典型策略，熟悉服装业的各种营销方案，作为企业的管理或经营人员，能够在企业的生产经营实践中加以应用，解决实际问题 and 提高企业经济效益。	公共平台课程 职业基础岗位技能课程
	时尚品鉴	校内建设	通过该课程的教学，使学生能够掌握中外服装发展史，理解世界四大时装之都，尤其是巴黎和米兰的著名服装品牌的设计内涵、风格和理念，掌握时装的设计构思和设计方法。本课程强调理论与实践的紧密结合，使学生通晓从灵感到表现、从构思到创造的全过程。将最新流行信息贯穿于课程中，使学生了解掌握时装发展的最新动态。	公共平台课程
	服饰色彩与图案	校企合作	要求掌握服装色彩搭配规律、服装图案的设计及在服装中的运用。要求掌握服装图案设计方法、服装图案的设计及在服装中的运用。	专业分方向基础课程 (高级定制方向、生产技术管理方向)
	服装材料应用	校企合作	要求学生了解服装基本的面辅料常识，鉴别材料，更好的运用材料为专业学习打下良好的基础。	公共平台课程 (高级定制方向、生产技术管理方向、服装品牌营销管理方向)
	配件主题设计	校企合作	要求学生熟悉服饰配件设计原则，对单品时尚色彩、材质搭配能力与技巧的掌握	专业分方向基础课程 (高级定制方向)
	服装画技法	校内建设	本课程属于专业基础课程，是本专业学生设计能力培养的基础课程。课程着重培养学生设计思维的表达力，理解及审美能力，讲授人体比例与服装着装关系，训练学生对服装款式着装状态的绘画能力和表达能力、	专业分方向基础课程 (高级定制方向、生产技术管理方

			绘制服装设计效果图和服装平面款式图的能力。	向)
服装设计软件	校内建设	熟悉各种服装软件操作与应用，以 PHOTOSHOP, CORLEDRAW 等常用设计软件为主，讲授其软件的应用。 通过学习服装设计软件操作，使学生能应用设计软件绘制服装款式效果图、平面图，进行 VI 设计，以及图片处理等。		专业分方向基础课程 (高级定制方向、生产技术管理方向、服装品牌营销管理方向)
服装造型设计基础	校企合作	通过教学，使学生掌握造型设计的基本理论与法则，在美学理论的指导下，将造型方法运用到服装设计中。		专业分方向基础课程 (高级定制方向、生产技术管理方向)
基础结构	校企合作	掌握服装与人体结构知识、量体及人体数据。以裙装、裤装、上装典型品种服装的基础结构设计、样板设计以及成衣制作为主线内容，结合西服裙、男式休闲裤、男式衬衣以及女外套的结构设计与工艺制作的项目化教学。		专业分方向基础课程 (高级定制方向、生产技术管理方向)
成衣设计	校企合作	掌握成衣风格分类及设计的基本方法，能按照实际工作流程完成成衣设计。以 PHOTOSHOP, CORLEDRAW 等常用设计软件为工具，为平面设计、服装设计、服装制版提供知识技能基础。		专业分方向基础课程 (服装生产技术管理方向)
服装企业电子商务基础	校内建设	掌握互联网的基础知识和基本技能，基本流程。具备从事互联网营销、贸易的能力。能够在后续的课程中灵活应用该课程知识，实现网络化学习、职业考证，互联网创业。		专业分方向基础课程 (服装生产技术管理方向)
形象设计与商务礼仪	校企合作	本课程以形象设计工作流程为依据，学生会根据对象，场合进行妆容、发型、单品搭配，多品搭配方案设计，完成对特定人物所需要的形象要求。这种能力的培养是学生从事未来服装相关职业工作的必备条件。		专业分方向基础课程 (服装高级定制方向)
服装消费者心理学	校内建设	掌握消费者心理的基本过程、心理及行为特征；消费群体的心理和行为；流行时尚，商品因素与消费心理、行为；购买环境与消费心理、行为；营销沟通与消费心理等，具备未来分析和解决实际问题的能力。		专业分方向基础课程 (服装品牌营销管理方向)
服装摄影	校企合作	掌握摄影基本技能，掌握数码照片的后期加工处理技能，满足互联网贸易与营销、服装展示广告等方面的需求，培养和提高学生摄影造型的艺术修养和创作能力、培养学生的创新能力。		专业分方向基础课程 (服装品牌营销管理方向)
服装企业跨境贸易基础	校企合作	掌握出口跨境电子商务和进口跨境电子商务、国际贸易的业务模式、运作流程、相关政策及法律等基础知识。		专业分方向基础课程

			通过该课程为后续跨境电商平台操作奠定基础。	(服装品牌营销管理方向)
专业 核心 技能 模块	高级定制女装制版	校企合作	掌握女装定制版型设计的核心知识和技能。利用立体裁剪、平面与原型等各种制版方法熟悉高级定制女装样板确定、修正、试版的全过程。具备根据女装面辅料、体型特点进行版型的调配与确定能力。	专业分方向 核心课程 (高级定制方向)
	中国传统手工技艺	校企合作	掌握服装高级定制业务与流程、熟悉传统高级制作工艺、传统手工艺的制作方法。能够完成高级手工定制产品的开发与制作。	专业分方向 核心课程 (高级定制方向)
	高级定制男装制版	校企合作	掌握男装定制版型设计的核心知识和技能。利用立体裁剪、平面与原型等各种制版方法熟悉高级定制男装样板确定、修正、试版的全过程。具备根据男装面辅料进行版型的调配与确定能力。	专业分方向 核心课程 (高级定制方向)
	服装主题设计	校企合作	掌握企业设计提要的分析方法,理解企业设计主题与流行趋势预测作用,具备根据主题独立完成服装款式设计、色彩搭配、图案装饰及材料、资源选择、组合及裁剪制作等能力。能跟据主题完成从概念到成衣的一系列设计	专业分方向 核心课程 (高级定制方向)
	服装材料风格与再造	校企合作	掌握服装材料的风格特点,根据设计要求开发与掌握材料的二次设计方法,并结合材料新工艺新技术完成材料的再造。	专业分方向 核心课程 (高级定制方向)
	特型制版与修正	校企合作	根据客户群体需求与体型分类,掌握特殊体型修版方法、原则、试样。并结合时尚流行完成对特体消费群体的调版与确定。	专业分方向 核心课程 (高级定制方向)
	女装工业制版与工艺	校企合作	要求学生掌握女装工业样板设计的核心知识和技能。熟悉女装生产中女装样板确定、样衣制作、系列样板设计的全过程。并掌握女装产品生产工艺技术。具备女装产品开发能力女装面辅料鉴别及设备配置能力、样衣制作能力、系列样板设计的能力。	专业分方向 核心课程 (生产技术管理方向)
	服装企业理单跟单	校企合作	通过本课程的学习,使学生能符合生产型服装企业、服装贸易公司的理单员、跟单员的岗位要求,能独立完成服装产品订单从接单到出货的全过程跟进,学会团队协作,提升沟通协调能力,养成严谨、负责、创新等职业素养。	专业分方向 核心课程 (生产技术管理方向)
	男装工业制版	校企合作	掌握男装工业样板设计的核心知识和技能。熟悉男装生产中男装样板确定、系列样板设计的全过程。具备男装工业样板开发能力、男装面辅料鉴别及设备配置能力、系列样板设计的能力。	专业分方向 核心课程 (生产技术管理方向)
	童装产品开	校企合作	掌握童装(含针织服装)的工业样板设计的核心知识	专业分方向 核心课程

	发		和技能,熟悉童装(含针织产品)生产过程中母版确定、样衣制作、系列样板设计的全过程及相关技能。具备样衣制作能力,样板修正与评价技能。	(生产技术管理方向)
	成衣工艺设计	校企合作	要求学生掌握典型服装生产从准备阶段、裁剪工程、粘合工程到缝制工程、质检、包装、储运及后整理整个工艺生产全过程。并能够根据情境教学项目,完成成衣生产的裁剪方案、设备配备、人员分配、工序划分、工艺设计、质量控制以及包装设计一系列技术文件的拟定工作和文件编写。	专业分方向 核心课程 (生产技术管理方向)
	基础视觉营销	校企合作	掌握卖场规划、卖场灯光设计、橱窗设计、服饰搭配、陈列规范、陈列设计、陈列管理等技能。能够根据品牌文化、产品结构及其它店铺实际,选取恰当的服装展示方法,利用服装产品形象增强产品吸引力,有效展开市场推广。	专业分方向 核心课程 (品牌营销管理方向)
	服装网络营销	校企合作	掌握网店开设,客户服务,货品管理(配货、退换、促销策划),网络推广方案策划等理论与方法,能灵活运用网络营销常用的工具、方法实施调研和品牌分析,同时结合业内网络营销的最新信息,实施网络推广、网站风格设计和页面设计,并能完成网络营销方案的策划和执行。	专业分方向 核心课程 (品牌营销管理方向)
	服装企业移动互联网营销	校企合作	理解三网融合、物联网、移动互联网、云计算等概念内涵,把握移动互联网营销业务实质,了解各种移动互联网业务的发展模式和市场营销方法。	专业分方向 核心课程 (品牌营销管理方向)
	服装商品管理	校企合作	掌握收集、整理销售数据的方法;了解预测流行趋势的方法;掌握制作各类采买计划与货品价格制定的方法;掌握滞销货品跟踪方法。能够有效实施采买,把控商品企划,规避库存风险。	专业分方向 核心课程 (品牌营销管理方向)
	服装终端运营管理	校企合作	掌握新店筹备,人员招聘、培训、职业规划,导购基础技能,销售任务分解、执行,店铺人员管理、货品管理(货品知识、货品调换、零售数据分析等),顾客管理(消费行为及反馈信息等),促销活动策划,商场沟通(人员、活动等)等方面的内容。具备基本的店面管理技能,能进行服装实体专卖店的开发和管理工作。	专业分方向 核心课程 (品牌营销管理方向)
	品牌策划与运作	校企合作	掌握收集、整理销售数据的方法;了解预测流行趋势的方法;掌握制作各类采买计划与货品价格制定的方法;掌握滞销货品跟踪方法。能够有效实施采买,把控商品企划,规避库存风险。	专业分方向 核心课程 (品牌营销管理方向)

专业 拓展 技能 模块	形象设计与商务礼仪	校企合作	本课程以形象设计工作流程为依据，学生会根据对象，场合进行妆容、发型、单品搭配，多品搭配方案设计，完成对特定人物所需要的形象要求。这种能力的培养是学生从事未来服装相关职业工作的必备条件。	专业分方向 拓展课程 (高级定制方向)
	服装摄影	校企合作	掌握摄影基本技能，掌握数码照片的后期加工处理技能，满足互联网贸易与营销、服装展示广告等方面的需求，培养和提高学生摄影造型的艺术修养和创作能力、培养学生的创新能力。	专业分方向 拓展课程 (高级定制方向)
	服装消费者心理学	校内建设	掌握消费者心理的基本过程、心理及行为特征；消费群体的心理和行为；流行时尚，商品因素与消费心理、行为；购买环境与消费心理、行为；营销沟通与消费心理等，具备未来分析和解决实际问题的能力。	专业分方向 基础课程 (服装高级定制方向拓展课程)
	高定工作室运营	校企合作	了解设计工作室从创建到运营管理的过程。掌握高定工作室创立和经营的先期评估方法、工作室创业计划的制定、资金预算及筹措、产品研发、样品制作、质量控制、成本核算、市场开发和品牌推广、销售及回收货款、顾客服务和销售支持、媒体和公关、寻找投资人和合伙人及资源利用等方法。	专业分方向 拓展课程 (高级定制方向)
	时尚采购与成本管理	校企合作	掌握收集、整理销售数据的方法；制作各类采买计划与货品价格制定的方法；掌握滞销货品跟踪方法。能够有效实施采买，控制成本	专业分方向 拓展课程 (高级定制方向)
	计算机辅助制版与模板技术	校企合作	本课程要求学生掌握满足工业化大生产需要，按国家标准规格系列标准打制符合生产需要的成套标准化工业样板，提高生产效率以及生产模板的开发技能。该课程熟练使用一款主流服装CAD软件，完成结构设计、工业样板制作、排料单设计，模板设计。	专业分方向 拓展课程(服装生产技术管理方向)
	成衣品牌策划与运作	校企合作	掌握成衣品牌准确定位分析的方法，了解深度分析品牌企业系统化运作的多个关键要素，较完整地完品牌设计并优化设计方案，提升品牌市场竞争力。	专业分方向 拓展课程 (服装生产技术管理方向)
	服装生产企业管理	校企合作	掌握服装生产企业管理的组织结构和管理内容，运用常见的管理方法对企业管理案例进行分析；掌握服装订单的理单，跟进客户、沟通供销链间的物流管理等企业产品运作项目的执行等技能。	专业分方向 拓展课程 (服装生产技术管理方向)
	服装供应链管理	校企合作	掌握供应链的基本概念、结构、特征和类型，以及供应链管理的概念、目标、运作方式等基本知识；掌握供应链采购的含义、特点、准时采购思想,实施采购活动；能够完成供应链合作伙伴的选择、供应商关系管理与客户关系管理；能够熟练应用信息系统及信息技术；合理	专业分方向 拓展课程 (服装生产技术管理方向、服装品牌营销管理)

			组织生产。	方向)
	会计学基础	校企合作	良好的职业道德修养,掌握服装企业会计基础理论、基础知识与账务处理的基本知识,了解会计业务的基本技能和专业技能,具备基本的分析和利用会计信息的职业能力。	专业分方向 拓展课程 (服装品牌 营销管理方 向)
	服装企业网店装修	校企合作	了解各种调研方法,掌握服装网店项目的合理定位方法,掌握网店设计,店铺装修,网页设计与制作的方法。能够对服装网店网页设计与后期维护有全面的认识。	专业分方向 拓展课程 (服装品牌 营销管理方 向)
	营销型服装企业管理	校企合作	了解企业组织架构、各岗位职责和相关制度,熟悉各主要工作流程方案。掌握工作计划和组织实施,合理协调人员、资金、客户等事务管理的方法,具备一定的培训能力,并能运用相关ERP展开工作。	专业分方向 拓展课程 (服装品牌 营销管理方 向)
	服装跨境电商平台应用	校企合作	了解目前国内外几种常用的跨境电子商务平台及相关知识;熟悉外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务;掌握对外产品网上报价、发布及推广;掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护;掌握在跨境交易的整个过程中相关问题的正确处理等专业知识和业务操作。	专业分方向 拓展课程 (服装品牌 营销管理方 向)
	服装企业商务谈判	校企合作	了解业务谈判前的材料收集准备工作的方法,了解常用面料的市场价格,掌握谈判的各项方法。具备持续对业务进行跟踪检查能力,协调生产商、客户、公司要求的能力。	专业分方向 拓展课程 (服装品牌 营销管理方 向)
	企业人力资源管理	校企合作	了解人力资源规划与调配的原理及基本准则,合理根据实际调配人力资源。掌握选用招聘、培训开发、激励与考核的方法,以及员工个人规划的基本方法,为企业发展提供人力支持。	专业分方向 拓展课程 (服装品牌 营销管理方 向)
	服装终端陈列实施	校企合作	良好的职业道德修养,团队合作、沟通、协调能力,吃苦耐劳、不断学习进取的意志,熟练的终端陈列操作技能,关注市场,独立获取相关信息,完成终端陈列策划、实施、优化方案。	专业分方向 拓展课程 (服装品牌 营销管理方 向)
	服装企业客户关系管理	校企合作	掌握顾客满意及其管理、顾客忠诚及其管理、顾客价值及其管理、客户关系管理系统(CRM)的基础知识与技术,了解网络客服的重要性,掌握在线客服的技巧,具备网络客服实操能力,客户关系管理能力。	专业分方向 拓展课程 (服装品牌 营销管理方 向)
	互联网+工作室创业课程设计	校企合作	掌握创业实务、完成项目分析与商业计划书的撰写,通过创业模拟,创业大赛,使学生具备互联网思维与创业意识,为未来创业提供较好准备	专业分方向 实践课程 (服装品牌 营销管理方 向)

专业 实践 模块	基础工艺实训	学校开发	具有良好自主学习新知识、新技术和自主探究新问题的能力、较强的实践动手能力。具备服装工艺的基础知识，理解并掌握服装制作的基本操作、原则和方法运用等技能。	公共平台课程
	高级定制创新设计	校企开发	通过项目化实践，结合企业真实案例，培养学生创新创业能力，完成高级定制项目的创新创业实践教学。	专业分方向实践课程 (高级定制方向)
	立体裁剪实训	校企开发	掌握基础立体裁剪技术要求，对面料性能、立裁基本技能的训练与技巧实训。培养学生运用知识的能力与实际操作动手实践能力。	专业分方向实践课程 (高级定制方向、生产技术管理方向)
	创意立裁设计	校企合作	培养学生的空间思维能力，通过空间的直观认识构建一个全新的设计系统，达到从立体结构、创意造型到设计市场化的完美结合，以符合企业对设计创新的期许，培养符合企业需要的设计人才。	专业分方向核心课程 (高级定制方向)
	基础成衣工艺实训	校企开发	具备综合运用知识的能力，正确理解工作任务和制定工作计划、高定时尚款式制作和工艺分析、高定女装的工艺技术以及样衣制作技能。同时具备自主学习、具有工作责任感与安全意识等综合素质能力。	专业分方向实践课程 (高级定制方向、服装生产技术管理方向)
	男装制作技术实训	校企开发	具备综合运用知识的能力，正确理解工作任务和制定工作计划、高定男装(西服、中式正装等)制作和工艺分析、高级定制男装的工艺技术以及样衣制作技能。同时具备自主学习、具有工作责任感与安全意识等综合素质能力。	专业分方向实践课程 (高级定制方向)
	高级时装制作技术	校企开发	具备综合运用知识的能力，正确理解工作任务和制定工作计划、高级时装(职业装、旗袍、唐装等)制版、制作工艺分析，掌握高级时装工艺技术，以及样衣制作技能、工艺制作特点，工艺操作方法等传统工艺。同时具备自主学习、具有工作责任感与安全意识等综合素质能力。	专业分方向实践课程 (高级定制方向)
	非遗文化调研	校企开发	培养学生对文化认知的学习能力，通过调研了解非遗文化内涵、认识非遗传统工艺，通过网络调研认知，到走访调研、田野调研等深入调研认识非遗文化内涵，尤其是针对西南地区的非遗文化。	专业分方向实践课程 (高级定制方向)
	女装制作实训	校企开发	掌握女装产品生产工艺设计技术，并能够根据产品要求完成女装产品的排料划样、缝制工艺及整烫包装等工艺实训任务。	专业分方向实践课程 (生产技术管理方向)

服装产品生产实训	校企开发	具有善于总结学习经验，丰富的初期企业生产实践经验和生产技术管理岗位基本素质。通过订单产品的批量生产组织与实施，学生应具备运用服装专业综合知识和技能解决生产一线基本问题和应变、相关职业岗位的基本技能。	专业分方向实践课程（生产技术管理方向）
服装产品创新开发设计	校企开发	具有协调沟通、团队合作、服装产品开发的调研和设计能力、问题记录写作，阐述能力等综合能力。同时具备设计师的品牌设计定位分析和设计能力、样板设计师分析和版型设计与调板、修板能力、工艺设计师工艺设计，产品推广等岗位技能。	专业分方向实践课程（生产技术管理方向）
男装产品工艺实训	校企开发	掌握男装产品生产工艺设计技术，并能够根据产品要求完成男装产品的排料划样、缝制工艺及整烫包装等工艺实训任务。	专业分方向实践课程（生产技术管理方向）
市场调查	校企开发	收集服装信息、单独制订简单市场调研方案，在服装市场中运用调研分析结果解决问题，具备 OFFICE 办公软件的操作能力，具备主动参与工作的激情、团队合作能力、面对各种环境的快速适应能力。	专业分方向实践课程（品牌营销管理方向）
服装品牌策划设计	校企开发	良好的职业道德修养，搜集、阅读和分析利用资料的能力，较强的合作、沟通、协调能力，能对品牌面对的环境和存在的主要问题做出准确判断，具备系统分析、归纳和解决问题的能力、策划书撰写能力。	专业分方向实践课程（品牌营销管理方向）
网店实施课程设计	校企开发	工作目标明确与独立规划执行能力，沟通协调和团队合作能力，能根据市场进行网店前期策划，会对网店货品进行完美的拍照处理、精准描述、合理定价，掌握网店装修和推广的基本方法和技巧，会进行网店销售等运营管理。	专业分方向实践课程（品牌营销管理方向）
服装终端运营管理实训	校企开发	较强的吃苦耐劳和敬业精神，良好的职业道德修养，能在真实的工作环境中想办法获取相关信息，面对店铺各种常规及突发事件判断并选择正确的处理方法，在直面社会的过程中，培养与人交流和合作能力，努力实现组织认同，同时具备抗压能力，及时调整心态，增强社会适应能力	专业分方向实践课程（品牌营销管理方向）
服装企业网店装修实训	学校开发	能熟练运用 HTML 中的文字、链接、列表、表格、表单、图像、多媒体、框架元素标志及属性设计出多窗口网页、动态网页；掌握 Dreamweaver 进行网站的导入、规划、管理、发布的相关技术及网页制作的操作技能；掌握服装网店项目的合理定位方法，掌握网店设计，店铺装修，网页设计与制作的方法。能够对服装网店网页设计与后期维护有全面的认识。。具有较强的网页设计	专业分方向实践课程（品牌营销管理方向）

			创意思维、艺术设计素质。	
服装终端陈列实施课程设计	校企开发		系统分析、归纳和解决问题的能力，有计划地组织完成工作任务的能力，认真负责的工作态度和严谨细致的工作作风，能进行店铺陈列、销售、货品、陈列培训，对卖场陈列方案进行诊断、整改等。	专业分方向实践课程（品牌营销管理方向）
营销综合实习	校企开发		通过让学生在真实的品牌店铺和企业真实项目、校内项目实践，培养其人际交流与合作能力、敬业精神和良好的职业道德修养；能够根据老师提出的学习任务和目标，在真实的工作环境中想办法获取相关信息，加强自我学习意识，主动向企业员工尽可能多地进行学习、交流，面对各种常规及突发事件能够提出自己的想法，判断并选择正确的处理方法，完成学习目标；通过该实践环节，帮助学生更加深入了解企业实际运营与管理，完成相关岗位职业技能的提升。	专业分方向实践课程（品牌营销管理方向）
毕业实习	校企开发		能够在企业顶岗实习过程中有效融入团队和执行工作任务，通过调查服装企业和销售市场，达到了解服装设计、生产、销售和陈列等方面的知识，熟悉服装市场、服装生产性企业现状或企业相关部门的模式和过程，对自己的专业知识结构进行全方位的检查以及岗位素质要求和技能。	
毕业设计	校企开发		<p>高级定制方向：能够根据高级定制工作室或客户要求，进行定制产品的开发、设计、制作及营销。能根据客户要求制订工作计划，以成衣作品、定制相关的工艺及客户管理文件的形式完成毕业设计。培养学生理论与实践结合的能力，具有该专业方向相关工作岗位技能。</p> <p>生产技术管理方向：能够进行服装系列产品的开发、设计与制作。能根据生产实际制定相关的技术文件和工艺指导书，以成衣作品、服装工业样板和相关的工艺技术文件的形式培养学生理论与实践结合的能力，具有该专业方向相关工作岗位技能。</p> <p>品牌营销管理方向：与企业主良好的沟通、协调能力，搜集、阅读和分析利用资料的能力，能够选择正确的调研和分析方法，独立获取市场、品牌相关信息，找出企业面临的问题，或为促进企业更好的发展，提出详细、切实可行的行动方案，检验学生理论与实践结合的能力，使之顺利走向工作岗位。</p>	

（三）课程基本要求

1、基本素质模块

(1) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

本课程承担着对大学生进行系统的马克思主义理论教育的任务，是各层次、各科类大学生的公共必修课，是对大学生进行思想政治教育的主渠道。它通过讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的理论成果，帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本观点和基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。

(2) 思想道德修养与法律基础

本课程是思想政治理论课的核心课程。是学校各专业的公共基础课，是对大学生系统地进行思想政治教育的主渠道和主阵地。通过本课程的学习，提高大学生的思想道德素质、职业素质与法律素质，帮助大学生树立正确的世界观、人生观和价值观，使他们成为中国特色社会主义事业的合格建设者和可靠接班人，具备良好的职业素养和较强的职业能力。

(3) 经济数学

通过本课程的学习，使学生了解微积分的背景思想，较系统地掌握高等数学的基础知识、必需的基本理论和常用的运算技能，了解基本的数学建模方法。为各专业课程的学习提供必备的数学知识，同时也是学生应用数学方法解决实际问题能力的培养，是为学生学习后继专业基础课程、专业课程和分析解决实际问题奠定基础。

(4) 大学英语

英语作为一门交流的工具，在学生专业的学习和运用中起着非常重要的作用。课程以学生将来毕业后要涉及的各领域和各环节为主要切入点，将学生的工作场景带入课程学习和体验中，使学生在自身专业的同时，懂得如何运用英语进行简单的对外技术交流，如打电话、会议讨论、谈判等。让学生用英语的思维了解一些与工作场景，工作任务相关的知识，并逐步具备运用英语模拟工作场景的能力。

(5) 计算机应用基础

本课程是高职高专职业教育的一门重要课程，是全校各专业教学的必修公共课程，是学生基本计算机操作技能的基础课程。本课程要求学生了解计算机基

本知识、网络信息检索、文档排版、数据处理与分析、制作图文并茂的演示文稿及幻灯片。具备灵活运用计算机这个现代化工具去处理日常学习工作和面临的各种问题的能力，以适应计算机工作和环境对现代职业人的基本要求。

(6) 体育

公共体育课学校课程体系的重要组成部分，是高等学校体育工作的中心环节。通过对体育课程的学习，使学生了解体育运动的基本理论知识并掌握一定基本技术，对一、两个体育运动项目产生兴趣，并自觉、主动参与体育锻炼，养成终生锻炼的好习惯。

2、专业基础模块

(1) 服装概论

本课程是服装设计专业最早接触的一门专业基础课，在服装设计学习初期中占有重要的指引地位，是之后学习专业核心课程的重要基础，同时为学生认识服装设计专业（高级定制方向、生产技术管理方向、品牌营销管理方向）相关岗位做基础指导。要求了解服装发展脉络、服饰演变发展的规律、服装涉及到的美学、材料、设计方法、制作工艺等内容，对服装行业进行全面的了解。

(2) 服装市场营销

是一门校企合作开发及课证融通类的专业基础类课程，为学生后续分方向打下专业基础。针对品牌营销管理方向的导购、店长、店助、培训师、督导等初级岗位，提供所需基础的知识、技能和职业素养。依据岗位的共同基础工作任务转化为本门课程的学习领域。同时兼顾生产技术管理方向对市场营销类基础知识的掌握。学生在课程结束后，能够掌握营销企划的方法，了解国内外营销方面的典型策略，熟悉服装业的各种营销方案，作为企业的管理或经营人员，能够在企业的生产经营实践中加以应用，解决实际问题 and 提高企业经济效益。

(3) 时尚品鉴

本课程是学习服装设计的专业基础内容，通过对中外服装史、世界四大时装中心（巴黎、米兰、伦敦、纽约）名师作品的分析，把握时装流行的最新趋势，了解不同设计风格的表现，体味不同时代、不同设计师的设计理念表达，掌握时装设计的构思方法和具体运用，从而拓展时装设计的思维空间，为提升设计素养和审美品位打下基础。

(4) 服装材料应用（高级定制方向、生产技术管理方向）

本课程是是服装设计专业的一门专业基础课程，为学生后续课程打下必备专业知识基础。针对生产技术管理方向生产型企业的采购员、版型师、质检员等岗位所需要的职业岗位技能、职业素质，分析典型工作任务，归纳出岗位核心能力并转化为学习领域。同时兼顾品牌营销管理方向对各类服装的面辅料品种及其风格特征、性能、用途等识别服装面辅料服用性的内涵指标的销售人员必须具备专业知识的掌握。要求学生了解服装基本的面辅料常识，鉴别材料，更好的运用材料为专业学习打下良好的基础。

(5) 基础结构（高级定制方向、生产技术管理方向）

本课程是一门理实一体化的专业基础课，是培养服装设计专业学生的通用知识和技能的一门基础课程。掌握人体结构与服装的关系，人体数据与服装结构的关系；以裙装、裤装、上装典型品种服装的基础结构设计、工业样板设计以及成衣制作为主线内容，结合西服裙、男式休闲裤、男式衬衣以及女外套的结构设计与生产的项目化教学，意在让学生掌握基础成衣设计与生产的核心知识和技能。并为服装设计专业相关课程奠定基础专业知识基础，建立学生企业岗位专业素养和岗位基本技能观念。

(6) 服装画技法（高级定制方向、生产技术管理方向）

高级定制方向：本课程针对服装设计师、高定设计师等岗位所需要的岗位职业技能、职业素质基础绘画能力。课程着重培养学生设计思维的表达能力，理解及审美能力，具备使用各种工具和技法绘制服装设计效果图和服装平面款式图的能力，通过学习服装设计软件操作，使学生能应用绘画手段和设计软件将服装设计构思通过不同人体姿态，以直观形象表达出来。

生产技术管理方向：本课程针对服装设计专业的打版师、成衣设计师等岗位所需要的岗位职业技能、职业素质打下基础绘画能力，分析典型工作任务，归纳出岗位能力，属于专业基础课程。是本专业学生设计能力培养的基础课程。人体时装绘画是服装工业产品款式开发的技术文件，这种能力的培养是学生从事未来服装相关职业工作的必备条件。课程着重培养学生设计思维的表达能力，理解及审美能力，具备使用各种工具和技法绘制服装设计效果图和服装平面款式图的能力，使学生能应用绘画手段将服装设计构思通过不同人体姿态，以直观形象表达出来。

(7) 服装色彩与图案设计运用（高级定制方向、生产技术管理方向）

本课程涵盖了服装色彩设计、服饰图案设计等专业基础知识，是一门综合性的专业基础类课程。要求学生掌握服饰图案和色彩的基本构成法则及设计方法，初步具备基础图案和色彩搭配的设计能力，并能遵循图案风格与色彩设计的整体统一规律，合理运用各种色彩和装饰纹样及相关工艺手段，完成对服、饰的装饰性设计和色彩设计。对服装及其饰品的整体着装状态进行装饰性质和色彩搭配设计，培养学生的审美、造型能力。扩展学生的想象能力，打开学生眼界，丰富学生的设计表现手段。培养学生的创造性形象思维能力，熟练掌握服饰的多种表现技能。

(8) 服装造型设计基础（高级定制方向、生产技术管理方向）

本课程对专业课程的学习与专业技能的培养奠定重要的审美基础与设计基础。是与际华（3536）职业装有限公司、孙瑞服装设计工作室、王米佳服装设计工作室、艾维服装实业公司等企业合作完成开发的理实一体化课程着力培养“服装款式设计与开发”这一核心职业能力。通过教学，使学生掌握造型设计的基本理论与法则，在美学理论的指导下，将造型方法运用到服装设计中，课程结束后，学生可参加各类服装设计比赛。

(9) 配件主题设计（高级定制方向）

要求学生熟悉服饰配件设计原则，对单品时尚色彩、材质搭配能力与技巧的掌握

(10) 成衣设计（生产技术管理方向）

本课程是与际华（3536）职业装有限公司等企业合作完成开发的理实一体化课程，是服装设计专业（生产技术管理方向）的专业基础课程。课程针对生产技术管理方向服装企业的成衣设计师、设计师助理、结构设计师等岗位工作所需要的职业岗位技能、职业素质，归纳出岗位核心能力并转化为学习领域。以PHOTOSHOP，CORLEDRAW等常用设计软件为工具，为平面设计、服装设计、服装制版提供知识技能基础，要求学生掌握成衣设计的基本方法，能按照实际工作流程完成成衣设计。在整个专业培养目标中起着承前启后的作用。

(11) 服装设计软件（高级定制方向、生产技术管理方向、品牌营销管理方向）

本课程是服装设计专业的专业基础课程，是一门综合理论与实践的课程。课程的内容包含了“photoshop”、“coreldraw”两个常用设计软件的学习，融

合了色彩设计、服装画技法、服装设计图绘制等多门专业基础知识，是一门综合性的专业基础类课程。要求学生掌握服装设计专业必要的绘图软件工具，能进行服装款式效果图、平面图绘制，VI设计，以及图片处理等，为将来专业学习与未来就业提供良好的专业基础。

(12) 成衣设计（生产技术管理方向）

本课程是服装设计专业的专业基础课程，课程的内容包含成衣风格分类、风格造型设计、细节设计等基本方法；以PHOTOSHOP，CORLEDRAW等常用设计软件为工具，能按照实际工作流程完成成衣效果图、平面图，以及工艺款式图绘制。

(13) 服装企业电子商务基础（生产技术管理方向、品牌营销管理方向）

本课程是服装设计专业的专业基础课程，课程内容包含互联网基础知识、服务类型与接入技术；浏览器、搜索引擎、电子邮件、文件下载、即时通信、电子商务、微博、微信、网上求职等应用；互联网应用中的安全防护方法。本课程的目标是为专科同学使用常见的Internet应用奠定基础，使学生掌握互联网的基础知识和基础技能，基本流程。具备从事互联网营销、贸易的能力。能够在后续的课程中灵活应用该课程知识，实现网络化学习、职业考证，互联网创业。

(14) 形象设计与商务礼仪（品牌营销管理方向）

本课程是学生综合训练设计能力的课程，属于专业基础知识课程。课程针对服装品牌营销管理方向的陈列师、导购、服饰搭配师岗位，所需要的职业岗位技能、职业素质，分析典型工作任务，归纳出岗位核心能力并转化为学习领域。以形象设计工作流程为依据，学生会根据对象，场合进行妆容、发型、单品搭配，多品搭配方案设计，完成对特定人物所需要的形象要求。具有生活化人物形象设计，节目主持人形象设计，报纸、杂志，海报，样本人物形象设计，专题栏目人物形象设计，潮流发布（服装、服饰）人物形象设计等能力和实际操作技能，这种能力的培养是学生从事未来服装相关职业工作的必备条件。

(15) 服装消费者心理学（品牌营销管理方向）

本课程是营销方向的专业基础课程，课程内容包含消费需求与消费者购买动机、消费者的购买决策、消费者的购买行为、消费者群体与购买行为心理特征、消费流行、消费习俗与消费心理、商品价格与消费心理、新产品设计、销售与消费心理、商品命名、商标、包装与消费心理、商业广告与消费心理、营销沟通与消费心理等内容。消费心理学是一门应用性很强的课程，通过本课程的学习，培

培养学生掌握消费者的消费心理和行为的基本规律,提高学生在未来营销或销售岗位上的职业能力。

(16) 服装摄影（品牌营销管理方向）

本课程是营销方向的专业基础课程,包含相机的原理、构造和种类,镜头以及常用的附件等知识。了解电子闪光灯的结构种类和使用方法;了解曝光的概念及其与影像之间的关系。了解各种光线的特点,光线的选择和运用。掌握静态摄影基本技能,掌握数码照片的后期加工处理技能,满足互联网贸易与营销、服装展示广告等方面的需求,培养和提高学生摄影造型的艺术修养和创作能力、培养学生的创新能力。

(17) 服装企业跨境贸易基础（品牌营销管理方向）

本课程是营销方向的专业基础课程。课程包含法律的基础知识:法人制度、代理、时效、财产所有权、债权等相关的法律知识;经济法的概念、调整对象、特征和基本原则以及经济法的地位和作用;经济法律关系的概念与特征、构成要素和经济法律关系的产生、变更和消灭等。通过该课程,学生能够熟练掌握常用的重要的经济法律,法规的主要内容。

3、专业核心技能模块

(1) 高级定制女装制版（高级定制方向）

本课程是具有较强实践性的综合实用型课程,与玉米佳高级定制服装公司共同进行课程开发和建设,是服装设计专业的核心课程。课程采用项目化教学方式,使学生了解女装结构制图与制版的基本方法和变化规律,熟练掌握操作技能和技巧,熟悉女装定制样板的设计流程,具备从事女装高级定制制版工作的职业能力和职业素养,为继续学习和职业生涯的发展奠定基础。

(2) 中国传统手工技艺（高级定制方向）

本课程是校企合作的专业核心课程。通过本课程的学习,学生能够掌握服装高级定制基本传统手工技艺技巧、熟悉传统高级制作工艺、手工刺绣、手绘、传统袂、镶、嵌、宕等的制作方法以及盘花扣的设计与制作技艺。能够完成高级手工定制产品的开发与制作。

(3) 高级定制男装制版（高级定制方向）

本课程是具有较强实践性的综合实用型课程,与雷迪波尔服饰股份有限公司共同进行课程开发和建设,是服装设计专业的核心课程。课程采用项目化教学方

式，使学生了解男装结构制图与制版的基本方法和变化规律，熟练掌握操作技能和技巧，熟悉男装定制样板的设计流程，具备从事男装高级定制制版工作的职业能力和职业素养，为继续学习和职业生涯的发展奠定基础。

(4) 服装主题设计（高级定制方向）

掌握企业设计提要的分析方法，理解企业设计主题与流行趋势预测作用，具备根据主题独立完成服装款式设计、色彩搭配、图案装饰及材料、资源选择、组合及裁剪制作等能力。能根据主题完成从概念到成衣的一系列设计。

(5) 服装材料风格与再造（高级定制方向）

掌握服装材料的风格特点，根据设计要求开发与掌握材料的二次设计方法，并结合材料新工艺新技术完成材料的再造。

(6) 特型制版与修正（高级定制方向）

本课程是高级定制方向专门为实现个性化设计掌握的一门专业技能课程。学生能够根据本课程的学习与实践，进行特型制版与修正。为定制工作室版型师岗位设置的课程。

(7) 女装工业制版与工艺（生产技术管理方向）

本课程是校企合作的专业核心课程。课程针对成衣生产的特点，基于前导课程的相关知识体系结合常用面辅料特点、工艺处理与加工技巧以及女装成衣生产要求，以服装生产企业典型的加工产品为载体进行女装工业制版学习、工艺方案设计、样衣试制以及技术文档的编订工作。熟练掌握女装工业样板设计技能和技巧，熟悉女装生产工艺流程与制作，具备从事女装工业生产制版工作与工艺设计的职业能力和职业素养，为继续学习和职业生涯的发展奠定基础。

(8) 服装企业理单跟单（生产技术管理方向）

本课程通过校企合作开发课程教学模式，以企业实际工作任务中服装理单跟单工作流程为线索进行课程内容设计，兼顾知识结构与能力结构的有效融合，通过本课程的学习和训练，使学生熟悉理单跟单流程及工作内容，具备对服装产品的材料、工艺、质量、包装的理单能力，能根据客户需求完成批量生产的一系列跟单工作的职业能力，同时培养学生具备从事理单员跟单员工作岗位应有的信息收集、分析问题、解决问题、团队合作以及严谨、负责、创新等职业素养。

(9) 男装工业制版与工艺（生产技术管理方向）

本课程是校企合作的专业核心课程。课程针对男装生产的特点，结合常用面

辅料特点、工艺处理与加工技巧以及生产要求，以服装生产企业典型的加工产品为载体进行男正装、便装类产品工业制版学习、工艺方案设计、样衣试制以及技术文档的编订工作。熟练掌握男装工业样板设计技能和技巧，熟悉男装生产工艺流程与制作，具备从事男装工业生产制版工作与工艺设计的职业能力和职业素养，为继续学习和职业生涯的发展奠定基础。

(10) 童装产品开发（生产技术管理方向）

本课程是校企合作的专业核心课程。通过搭建童装（含针织）产品的设计与制作工艺技术能力模块，针对童装企业培养童装设计助理、童装（针织产品）样板师、童装（针织品）生产现场指导员应具有的基本能力与素质进行学习与训练。教学目标之一是使学生能进行童装（针织）产品的来样设计生产制作，目标之二是创新设计童装产品并进行样衣生产制作。来样设计是童装（针织品）企业与客户签订生产合同后按质按量按时提交童装（针织）产品的设计生产过程。这是对客户的童装（针织）产品进行复制生产。创新设计是童装（针织）企业根据市场需要及目标消费群体自主进行产品设计与生产过程。具有高风险高利润特征。前为基本能力，后为核心能力。学生通过本课程的学习获得两种能力梯度递进，为职业生涯奠定实用的技能基础。

(11) 成衣工艺设计（（生产技术管理方向）

本课程是校企合作的专业核心课程。课程针对成衣生产的特点，基于前导课程的相关知识体系结合常用面辅料特点、工艺处理与加工技巧以及成衣生产新工艺、新技术，以服装生产企业典型的加工工艺单为载体进行服装成衣生产加工总流程的方案设计、样衣试制以及技术文档的编订工作。从面辅料的测试，耗用，样板的制作与样衣的试制到工艺工序的制定，粘合熨烫工序的安排以及质量控制，包装储运等一系列成衣生产设计。并根据企业规模和服装产量进行成衣工艺技术文件的编写和制定。

(12) 基础视觉营销（品牌营销管理方向）

本课程是校企合作开发的专业拓展课程。主要任务是培养学生视觉营销意识及基础陈列能力。通过本课程的学习使学生对视觉营销理念，卖场的基本陈列形态，宣传品及道具具有一定认知，并对服装陈列设计及企业店铺形象营运有更深刻的了解，再通过边场及中场的陈列设计原则的剖析，让学生不仅能熟练运用基本的处理方法，更强调对问题的分析及判断能力。

(13) 服装网络营销（品牌营销管理方向）

本课程是校企合作的专业核心技能课程。课程的主要任务是培养学生进入服装企业进行网络营销调研、策划、执行、反馈以及电子商务操作相关的能力，通过本课程的学习和训练，使学生能够掌握网络营销相关理论知识，会进行网络营销环境分析与市场调研，掌握企业在网络营销中博客营销、事件营销、SEO营销、网店建设与推广等基本方法技能，具备网络营销相关的职业能力和素养，为继续学习和职业生涯的发展奠定基础。

(14) 服装企业移动互联营销（品牌营销管理方向）

本课程是校企合作的专业核心课程。课程包含三网融合、物联网、移动互联网、云计算，移动互联网营销的方向、移动终端营销工具、微信、微博、微视频、二维码营销推广实用技巧等知识。通过该课程的学习，使学生把握移动互联网营销业务实质，了解各种移动互联网业务的发展模式和市场营销方法。

(15) 服装商品管理（品牌营销管理方向）

课程是校企合作的专业核心课程。针对品牌营销管理方向商品管理类岗位、服装买手类岗位所需的数据分析、商品计划的制订和修订、组织订货会、终端流转监控等核心岗位技能设计。通过本门课程的学习和训练使学生熟练掌握销售数据的整理、分析的方法，商品计划的制订；通过商品五大属性的分析、地域季节分割要和陈列要素的考虑完成商品计划的修订；完成订货会的组织、布展以及选款、定款；通过报表对货品进行实施的监控和调配；熟悉服装的流行趋势；面料的基础知识，不同类型服装的流行特点等。为学生的职业生涯的发展奠定基础。

(16) 服装终端运营管理（品牌营销管理方向）

本课程是在建立在服装市场学营销学等专业基础板块课程基础上的一门专业核心技能课程，是服装营销教学环节中最重要的主干课之一。它是校企开发及课证融通类课程。它以学生就业为起点，根据服装终端的导购、店长助理、店长、督导等岗位所需要的职业素质、技能，通过分析典型工作任务，归纳出核心能力并转化为学习领域；遵循职业层次递进的规律，与企业共同培养学生服装店面管理管理能力，突出“教、学、做”一体化的教学理念。

4、专业拓展技能课程模块

(1) 形象设计与商务礼仪（高级定制方向）

本课程是学生综合训练设计能力的课程，属于专业基础知识课程。课程针对

服装品牌营销管理方向的陈列师、导购、服饰搭配师岗位，所需要的职业岗位技能、职业素质，分析典型工作任务，归纳出岗位核心能力并转化为学习领域。以形象设计工作流程为依据，学生会根据对象，场合进行妆容、发型、单品搭配，多品搭配方案设计，完成对特定人物所需要的形象要求。具有生活化人物形象设计，节目主持人形象设计，报纸、杂志，海报，样本人物形象设计，专题栏目人物形象设计，潮流发布(服装、服饰)人物形象设计等能力和实际操作技能，这种能力的培养是学生从事未来服装相关职业工作的必备条件。

(2) 服装摄影（高级定制方向）

掌握摄影基本技能，掌握数码照片的后期加工处理技能，满足互联网贸易与营销、服装展示广告等方面的需求，培养和提高学生摄影造型的艺术修养和创作能力、培养学生的创新能力。

(3) 服装消费者心理学（高级定制方向）

本课程是高定方向的专业拓展课程，课程内容包含消费需求与消费者购买动机、消费者的购买决策、消费者的购买行为、消费者群体与购买行为心理特征、消费流行、消费习俗与消费心理、商品价格与消费心理、新产品设计、销售与消费心理、商品命名、商标、包装与消费心理、商业广告与消费心理、营销沟通与消费心理等内容。消费心理学是一门应用性很强的课程，通过本课程的学习，培养学生掌握消费者的消费心理和行为的基本规律，提高学生与客户的沟通能力。

(4) 高定工作室运营（高级定制方向）

了解设计工作室从创建到运营管理的过程。掌握高定工作室创立和经营的先期评估方法、工作室创业计划的制定、资金预算及筹措、产品研发、样品制作、质量控制、成本核算、市场开发和品牌推广、销售及回收货款、顾客服务和销售支持、媒体和公关、寻找投资人和合伙人及资源利用等方法。

(5) 时尚采购与成本管理（高级定制方向）

掌握收集、整理销售数据的方法；制作各类采买计划与货品价格制定的方法；掌握滞销货品跟踪方法。能够有效实施采买，控制成本。

(6) 成衣品牌策划与运作（生产技术管理方向）

本课程是校企合作的专业拓展课程。根据服装企业实际岗位工作需求，主要任务是培养学生将来进入服装及相关企业的市场管理（拓展/维护）、销售管理、客户管理、货品管理等岗位所需的基本职业技能和素质要求。通过本课程的

学习和训练,使学生能较完整、准确地实施有效调研,并完成品牌推广型企业相关岗位核心能力的培养:结合品牌文化,针对企业实际,提出相应营销策略并作出设计方案,提升品牌市场竞争力,为学生深入了解和进入服装品牌企业营销策划管理岗位做好技能准备。

(7) 服装生产企业管理(生产技术管理方向)

本课程是校企合作的专业拓展课程。通过本课程的学习,学生能够对服装生产企业的企业管理职能和工作内容有一个整体的认识,理解服装生产企业各岗位之间的关系,了解和掌握的主要工作内容与常用工具。同时培养学生的团队合作、沟通表达、创新意识、工作责任心以及自主学习等综合素质。进一步具备分析判断服装企业管理中的问题以及解决问题的能力,培养熟悉企业管理知识又具有一定实际企业生产管理能力的應用型人才,为学生未来的持久职业生涯奠定发展的基础。

(8) 服装供应链管理(品牌营销管理方向、生产技术管理方向)

本课程是校企合作的专业拓展课程。主要任务是让学生对服装企业的购、销、存的运作有一个整体认识,从供应链管理视角,了解掌握供应链管理中的生产与成本控制、采购管理、客户服务、运输与库存等知识与技能。通过本课程的学习,学生能够全面熟悉企业供应链管理的知识与技能,具备供应链优化能力及全局观念,掌握供应链管理的主要方法。

(9) 计算机辅助制版与模板技术(生产技术管理方向)

本课程要求学生掌握满足工业化大生产需要,按国家规格系列标准打制符合生产需要的成套标准化工业样板,提高生产效率以及模板技术的技能。该课程包括CAD的教学内容,通过学习,学生了解服装CAD技术的运用情况和模板开发方法,以及发展趋势;能够熟练使用一款主流服装CAD软件,完成结构设计、工业样板制作、排料单设计,模板工艺;能够根据需求,配置一个小型服装CAD工作组,包括软件和硬件和生产模板制作。

(10) 会计学基础(品牌营销管理方向)

通过学习,使学生熟练掌握会计基础理论、基础知识与账务处理的基本知识,具备处理会计业务的基本技能和专业技能,具备基本的分析和利用会计信息的职业能力。提高学生分析和解决会计问题的实际操作能力,适应相关岗位实际运用需要。

(11) 服装企业网店装修（品牌营销管理方向）

本课程是校企合作开发的专业拓展课程。通过本课程学习，使学生能熟练运用 HTML 中的文字、链接、列表、表格、表单、图像、多媒体、框架元素标志及属性设计出多窗口网页、动态网页；掌握 Dreamweaver 进行网站的导入、规划、管理、发布的相关技术及网页制作的操作技能；掌握服装网店项目的合理定位方法，掌握网店设计，店铺装修，网页设计与制作的方法。能够对服装网店网页设计与后期维护有全面的认识。。具有较强的网页设计创意思维、艺术设计素质。

(12) 营销型服装企业管理（品牌营销管理方向）

本课程为校企合作的专业拓展课程。主要任务是让学生对营销型服装企业的企业管理职能和工作内容有一个整体的认识，了解和掌握现代企业制度、企业战略管理、决策管理、质量管理、人力资源管理、财务管理，企业文化的主要工作内容与常用工具。通过本课程的学习，锻炼学生各方面能力，培养熟悉企业管理知识又具有一定实际企业经营管理能力的应用型人才，为学生今后顺利适应工作岗位打下良好基础。

(13) 服装跨境电商平台应用（品牌营销管理方向）

了解目前国内外几种常用的跨境电子商务平台及相关知识；熟悉外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务；掌握对外产品网上报价、发布及推广；掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护；掌握在跨境交易的整个过程中相关问题的正确处理等专业知识和业务操作。

(14) 服装企业商务谈判（品牌营销管理方向）

本课程为校企合作的专业拓展课程。为实习的学习与专业技能的培养奠定营销人员社交能力及岗位所需基本素养。通过本课程的学习使学生掌握业务接洽的基本流程、社交的礼仪、谈判方法，自主创业的企业开办流程、组织架构、业务目标的寻找、业务洽谈过程中基本方法等核心岗位技能学生多方面拓宽就业岗位。同时，掌握基本的社交礼仪和谈判方法为学生的后续发展奠定基础。

(15) 企业人力资源管理（品牌营销管理方向）

本课程是校企合作的专业拓展课程，以人力资源管理与开发的一般流程为主线，全面介绍人力资源管理的基本原理、原则和方法，系统阐述人力资源管理的各个职能，并就人力资源管理学科前沿问题和最新思潮进行介绍。具体来讲，主要包括人力资源管理概述、人力资源管理基础工作、人力资源战略与规划、人

力资源招募、任用、培训、考核、报酬、激励、劳动关系管理以及人力资源管理发展趋势。

(16) 服装终端陈列实施（品牌营销管理方向）

本课程是服装设计专业品牌营销管理方向一门专业核心技能课程，也是校企合作课程。本课程主要任务是培养学生店铺陈列方案策划能力。通过本课程的学习使学生掌握店铺空间规划、橱窗方案策划、陈列手册制订等知识，让学生能熟练运用基本的处理方法，对问题的分析及判断能力，最终根据店铺状态、结构特征及货品结构完成具有市场价值，利于提升品牌形象及促进产品销售的店铺陈列规划。为本专业课程的学习与专业技能的培养奠定终端陈列实施能力。

(17) 服装企业客户关系管理（品牌营销管理方向）

掌握顾客满意及其管理、顾客忠诚及其管理、顾客价值及其管理、客户关系管理系统（CRM）的基础知识与技术，了解网络客服的重要性，掌握在线客服的技巧，具备网络客服实操能力，客户关系管理能力。

5、专业实践模块

高级定制方向、生产技术管理方向、品牌营销管理方向通用实践课程

(1) 基础工艺实训

掌握工业平缝机的基础知识及操作方法；掌握基本机缝工艺、常用缝型的缝制方法和技巧；了解服装工艺的基础知识，理解并掌握服装制作的基本理论、原则和方法；掌握服装工艺设计的基本方法；掌握服装各部件的材料选择、裁剪、制作、整理、质量控制、工艺分析与制定、成本控制的基础专业技术。

高级定制方向

(1) 基础成衣工艺实训

根据课程引入的企业实际工作女装成衣工艺所设计的学习情境，通过一系列完整的实践操作与训练环节，完成符合高定产品要求的成衣产品制作。培养学生具有成衣工艺师岗位应具备的职业能力素质与技能。

(2) 男装制作技术实训

本课程要求学生熟练掌握高级定制男西装、男衬衫的制作工艺过程及工艺要求、通过新老工艺对比讲解，进一步加深学生对高级定制男装工艺的认识；同时对除男西装、衬衫以外的其他品种相关工艺进行了解和掌握。培养学生具有男装

设计师岗位应具备的职业能力素质与技能。

(3) 高级时装制作技术

本课程利用已有的知识贮备进行高级时装制作技术的学习。主要讲授高级时装（唐装、旗袍等）相关制板技术及制作工艺，并引导学生如何利用原始样板设计开发原创款型。通过对高级时装版型设计、缝纫技术和服饰设计的理解领悟的同时拓宽学生的创意空间。培养学生具有高级时装设计师岗位应具备的职业能力素质与技能。

(4) 高级定制创新设计

本课程是一门创新创业实践课程。学生在完成前期专业知识和技能的学习与实践后，为了拓展和培养学生专业技能上的创新创业能力而开设的必要综合实践课程。通过企业真实项目或学生开拓的设计项目进行高级定制业务的设计、审核、确定、实施与评价等一系列真实项目实施过程，完成学生对专业技能综合素质的实践创新能力培养。

(5) 立体裁剪实训

通过校企合作开发的经典服装品种的立体裁剪项目训练，掌握不同时装款式的立体裁剪方法和技法，以立体造型设计的方法培养学生服装外观设计能力、版型、工艺设计能力、审美创新能力和综合运用知识解决问题的能力，具备服装结构分析、服装造型创作的基本能力，达到从事服装设计和版型设计工作的职业素质要求。

(6) 创意立裁设计

培养学生的空间思维能力，通过空间的直观认识构建一个全新的设计系统，达到从立体结构、创意造型到设计市场化的完美结合，以符合企业对设计创新的期许，培养符合企业需要的设计人才。

(7) 非遗文化调研

培养学生对文化认知的学习能力，通过调研了解非遗文化内涵、认识非遗传统工艺，通过网络调研认知，到走访调研、田野调研等深入调研认识非遗文化内涵，尤其是针对西南地区的非遗文化。

(9) 毕业实习

通过企业的顶岗实习，将学校的专业知识能够运用在实际生产和工作中，通过调查服装企业和服装市场，达到了解服装设计、生产、销售和陈列等方面的

知识，熟悉服装定制、设计、生产与管理等部门的模式和过程，熟悉服装市场、服装定制企业、服装生产企业现状以及岗位素质要求和技能，对自己的专业知识结构进行全方位的检查，为毕业进入正式的工作岗位做好技能准备。

(10) 毕业设计

在全部基础课和专业课学习后，通过对同学们专业知识的总考察，是教学计划中最重要的实践性教学环节。要求学生自选或选择企业、社会真实项目进行服装系列产品的开发、设计与制作。能根据生产实际制定相关的技术文件和工艺指导书，以高级成衣作品、高级定制礼服及相关技术文件的形式检验学生理论与实践结合的能力，使之顺利走向工作岗位。

生产技术管理方向：

(1) 基础成衣工艺实训

根据课程引入的企业实际工作成衣工艺所设计的学习情境，通过一系列完整的实践操作与训练环节，完成符合企业产品要求的成衣产品制作。培养学生具有成衣工艺师岗位应具备的职业能力素质与技能。

(2) 服装产品创新开发设计

该课程要求用市场的角度去检验产品的完成效果。结合流行趋势，把握品牌服装设计特点和要求，学生通过团队优势进行对前导课程的综合运用。根据课程安排，针对教师建议品牌做市场调研、详细考察与分析，进行模拟产品的开发，将一些设计常用的特殊工艺与手法运用到实际设计中，最终完成该品牌主体产品的设计制作与展示，并对产品完成效果进行分析与评价。

(3) 服装产品生产实训

本课程实训分为校内模拟实习和以企业设计工作任务为载体、按企业工作流程来组织学生进行的校外实习。通过企业顶岗实习完成课程教学，根据企业各个部门划分学生参与的基础工作岗位，参与企业实际生产任务和 workflow 安排完成专业知识的深化和生产实践经验的积累。

(4) 立体裁剪实训

通过校企合作开发的经典服装品种的立体裁剪项目训练，掌握不同时装款式的立体裁剪方法和技法，以立体造型设计的方法培养学生服装外观设计能力、版型、工艺设计能力、审美创新能力和综合运用知识解决问题的能力，具备服装结

构分析、服装造型创作的基本能力，达到从事服装设计和板型设计工作的职业素质要求。

(5) 男装产品工艺实训

根据课程引入的企业实际工作男装成衣产品工艺所设计的学习情境，通过一系列完整的实践操作与训练环节，完成符合男装产品生产工艺要求的男装产品制作。培养学生具有男装工艺师岗位应具备的职业能力素质与技能。

(6) 毕业实习

通过在企业的顶岗实习，将学校的专业知识能够运用在实际生产和工作中，通过调查服装企业和服装市场，达到了解服装设计、生产、销售和陈列等方面的知识，熟悉服装的设计生产与管理等部门的模式和过程，熟悉服装市场、服装生产性企业现状以及岗位素质要求和技能，对自己的专业知识结构进行全方位的检查，为毕业进入正式的工作岗位做好技能准备。

(7) 毕业设计

在全部基础课和专业课学习后，通过对同学们专业知识的总考察，是教学计划中最重要的实践性教学环节。要求学生自选或选择企业、社会真实项目进行服装系列产品的开发、设计与制作。能根据生产实际制定相关的技术文件和工艺指导书，以成衣作品、服装工业样板和相关的工艺技术文件的形式检验学生理论与实践结合的能力，使之顺利走向工作岗位。

品牌营销管理方向：

(1) 市场调查

能够阐述服装产业链的特点，阐述服装企业的常见的组织架构模式和销售模式，使用服装市场细分进行服装消费者喜好的研究，能够 SWOT 分析法，深入分析服装市场营销案例，并以此为依据制订简单的营销计划，通过不断的市场分析，适时的修改营销计划，对营销计划进行跟踪检查的能力。

(2) 服装终端陈列实施课程设计

通过现场终端卖场表现，销售数据分析，对现有货品进行陈列规划，制订出具有可操作性的陈列方案，并完成相应的实施。让学生了解不同品牌风格陈列特点，根据当季店铺货品分析，进行包括卖场内部及橱窗等陈列方案策划及实施，从而促进货品销售，提升品牌形象。

(3) 服装品牌策划实训

能通过有效沟通拓展调研渠道,获取真实可靠的调研数据,对品牌面对的环境和存在的主要问题做出准确判断,制定出有针对性、可操作的方案,完成文字提炼,形成商业文案。通过课程的学习,能进行真实品牌的调研和营销方案策划训练,使学生能较完整、准确地实施有效调研,并完成品牌设计并优化设计方案。

(4) 服装终端运营管理实训

学生在真实的品牌店铺完成实践,想办法获取相关信息,加强自我学习意识,主动向企业员工尽可能多地进行学习、交流,面对店铺各种常规及突发事件能够提出自己的想法,判断并选择正确的处理方法,完成学习目标。通过该实践环节,帮助学生更加深入了解服装终端运营实际,接触终端营运过程,了解其管理模式,对服装终端运营有一个全面、深入的认识,完成相关岗位职业技能的提升。

(5) 服装企业网店装修实训

能选择正确的调研方法针对市场情况对创业项目进行合理定位、能设计岗位职责分工并在实施不断调整优化,有较强的自我提升意识并善于与团队成员交流总结来提升整体实力。通过该实践课程,对服装网店实施前期调研、定位、实施、后期维护等各环节有更深刻全面的认识,学生真实开设网店并完成网店优化,提升销量,为学生创业或者进入服装品牌企业营销策划管理岗位做好技能准备。

(6) 网店装修实践周

本课程是《网店装修》课程的实践环节,运用 HTML 中的文字、链接、列表、表格、表单、图像、多媒体、框架元素标志及属性设计出多窗口网页、动态网页;掌握网店装修的操作。

(7) 营销综合实习

本课程是品牌营销管理方向学生完成各门课程后的综合实践环节,通过让学生在真实的品牌店铺和企业真实项目、校内项目实践,培养其人际交流与合作能力、敬业精神和良好的职业道德修养。

学生能够根据老师提出的学习任务和目标,在真实的工作环境中想办法获取相关信息,加强自我学习意识,主动向企业员工尽可能多地进行学习、交流,面对各种常规及突发事件能够提出自己的想法,判断并选择正确的处理方法,完成学习目标。通过该实践环节,帮助学生更加深入了解企业实际运营与管理,完成相关岗位职业技能的提升。

(8) 互联网+工作室创业课程设计

本课程是一门综合实践类课程。通过学习，学生掌握创业实务、完成项目分析与商业计划书的撰写等知识。课程还结合创业模拟软件，创业大赛，使学生具备互联网思维与创业意识，为未来创业提供较好准备。

(9) 毕业实习

通过在企业的顶岗实习，将学校的专业知识运用在实际工作中，通过调查服装企业和销售市场，达到了解服装设计、生产、销售和陈列等方面的知识，熟悉服装营销等相关部门的模式和工作过程，熟悉服装市场和现状，对自己的专业知识结构进行全方位的检查，为毕业进入正式的工作岗位做好技能准备。

(10) 毕业设计

学生自选并联系真实企业（类别不限），根据企业真实的运作现状，设定营销方案主题，通过深入的市场调研分析，找出企业面临的问题，或为促进企业更好的发展，提出详细、切实可行的行动方案，并将行动方案予以实施，以检验策划案的可操作性，完成行动方案的效果评估，检验学生理论与实践结合的能力，使之顺利走向工作岗位。

(四) 课程教学进程表（见附件二）

四、毕业要求

修读教学计划内所有课程，高级定制方向毕业生获得 134.5 学分；生产技术管理方向毕业生获得 134.5 学分，品牌营销管理方向获得 139 学分，准予毕业。

五、教学基本条件

(一) 师资队伍

1、师资现状

师资队伍采用“内培外引、人员互派、担任实职”的方式，打造一支“教师+技师”专兼职教学团队。由学校专任教师和来自企业兼职教师组成，教学团队达到 40 人，其中专任教师与兼职教师比例为 1:1，专任教师要求本科及以上学历，其中硕士以上达到 50%，本专业专任专业教师“双师”素质（具备相关专业职业资格证书或企业经历）的比例要达到 90%以上；生师比例不低于 16:1。专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2、校内专任教师要求

具备服装生产技术管理、品牌营销管理以及服装设计等专业方向大学本科以上学历，并接受过职业教育教学方法论的培训；具备服装专业相关职业资格证书或企业工作经历；工程类教师应熟练使用服装制造设备；能独立承担 1 门以上专业方向课程。

骨干教师应具备独立开发工学结合课程的能力；具有指导学生参加服装设计、制版与工艺、营销类技能大赛的能力；担任实训课程或理实一体化课程教师应具备技师及工程师以上职业资格。

教师到企业挂职或在校内生产性实训基地担任管理人员、技术人员，每两年到累计实践 3 个月以上。

3、企业兼职教师要求

兼职教师应由企业经验丰富的技术人员和能工巧匠构成，为企业的技术骨干或管理骨干，同时热心教育事业，有较强的责任心和沟通能力，具有一定的教学能力。企业兼职教师担任的课时比例应达到 50%。

4、专业带头人要求

熟悉高职教育基本规律，熟悉服装产业从设计、生产到营销推广整个过程，具有企业工作经历，具有一定的行业影响力以及高级技术职称和技师以上职业资格。

（二）教学设施

1、专业教室基本条件

专业教室配有黑板、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、校内实训室条件

服装设计专业拥有各类先进设备，建立了覆盖服装“全产业链”的实训基地（见“校内实训室配置表”），能为服装专业学生提供优良的仿真及真实实训场所和环境，进一步贴近了企业实际，进一步加强了学生的实际操作能力。

校内实训室配置表

序号	实训室名称	实训室功能	使用课程	设备	工位数 (台/套)	场地面积 (m ²)
----	-------	-------	------	----	--------------	---------------------------

1	服装制版实训室	服装打版、制版	基础工艺实训、典型品种服装设计与生产、男装样板设计、女装样板设计	制版桌	50	100
2	服装工艺实训室	服装工艺课程教学、服装产品工艺制作、熨烫	基础工艺实训、典型品种服装设计与生产、男装样板设计、女装样板设计	动态视频教学系统、平缝机、锁边机、烫台、蒸汽熨斗、投影仪	250	1308
3	服装立体裁剪室	服装产品的立裁裁剪课程教学、服装立裁裁剪制版与修版、礼服、高级时装制作	立裁裁剪课程设计、服装造型变化设计周、女装样板设计	电脑平缝机、三线包缝机（窄边密缝）、全身立裁人台、	102	256
4	服装 CAD 实训室	服装CAD制版与教学、CAD打版、出图	服装计算机辅助制版、男装样板设计	笔记本电脑、计算机、便携式投影仪、服装CAD软件、数字化仪、双喷式绘图仪	56	214
5	服装营销实训室	商业沙盘模拟体验式实训及对应大赛培训、电子商务运营、网络调研、营销策划、数据分析等	营销型服装企业运营管理、服装供应链管理、服装网络营销（及课程设计）、品牌策划与运作（及课程设计）、服装市场营销课程设计、货品管理、毕业设计	金蝶商业经营模拟教学系统、百胜 Heroshop 电子商务管理软件、BS3000+ERP 软件、噢易 BOSS 教学系统、投影、打印机、台式电脑	124	530
6	服装设计实训室	服装设计课程教学、时装样衣开发、时装设计、时装摄影	服装造型、服装造型变化设计、人体时装绘画、Photoshop&Coreldraw、服装产品开发课程设计	笔记本电脑、打印机、相机、计算机、摄影棚、电脑平缝机、蒸汽熨斗、烫台、无线包缝机、全身立裁人台、插针式人台、T恤丝网印刷机	60	546
7	针织服装实训室	针织服装设计教学、针织产品设计与制作、针织类样衣研发	针织产品设计与生产、服装产品开发课程设计、毕业设计	多功能手动横机、毛线绕线机、水洗机、电脑辅助嵌花手动横机、绷缝机、花样绷缝机、包缝机、縲缝机、曲折机、埋夹机、钉扣机、套结机、蒸汽熨斗、缝盘机、烫台、烘干机	66	312
8	服装实训工厂	服装生产与管理仿真教学、服装批量加工、高级服装定制裁剪与设计、特殊工艺加工	服装生产企业管理、 服装企业跟单 、成衣工艺设计、服装产品生产实训	迅利一体化缝纫机、（二代）连续式粘合机、上袖机、埋夹机、复衬机、锁眼机、单针平缝机、上腰机、四线包缝机、五线包缝机、平缝机（中厚料电脑）、平缝机（厚料）、平缝机（中厚料）、切领角机、包档机、双针机、转角双针机、电脑绣花机、验针机、打褶机、电子套结机、烫台、裁剪机、服装数码打印机、单针平缝送布大旋梭机	246	1720

9	服装陈列实训室	店铺基础维护陈列、品牌风格陈列、道具开发、通道规划设计等	终端导购、形象设计、陈列基础、陈列店务开发、服装风格拓展、服装终端陈列实施(及各课程配套课程设计)、终端综合实习、毕业设计	童装模特、男全(半)身模特、女全(半)身模特、陈列货架、各类风格样衣	116	458
10	服装表演展示室	服装动态展示、作品动态录制在线转播、中小型订货会、展示会	服装产品开发课程设计	专业T台、专业灯光系统、音响系统、回访录制、在线直播系统、化妆镜	60	406
11	蜀锦蜀绣实训中心	蜀锦蜀绣产品设计与制作	服装产品开发课程设计、毕业设计	电脑绣花机、画崩、展示人模	40	778
12	服装设计开发中心	服装设计、制作、项目化教学	服装产品开发课程设计、毕业设计	电脑、打板桌、缝制设备、人模	40	100

3、校外实习实训基地

(1) 校外实训基地要求

大力发展与省内各大型服装商业型企业、生产型企业的合作,利用课程开发、项目合作、企业专家作为实践教师等方式进行深度合作,建立校外实训基地,实现双赢。(见“校外实训基地”),能为服装专业学生提供优良的校外实习实训条件。

校外实训基地

企业名称	使用课程	企业性质与规模
雷迪波尔服饰股份有限公司	基础视觉营销、形象设计、男装样板设计、服装市场营销、品牌策划与运作、终端导购、服装终端运营管理、服装终端陈列实施、服装销售业务接洽、货品管理、营销型服装企业运营管理、服装供应链管理、终端综合实习、品牌营销管理方向毕业实习和毕业设计(及相关课程的课程设计)	大型商业型企业
际华 3536 职业装有限公司	服装造型、服装造型变化设计、典型品种服装设计与生产、 服装企业跟单跟单 、成衣工艺设计、服装生产企业管理、服装产品开发课程设计、服装产品生产实训、生产管理技术方向毕业实习和毕业设计	大型生产型企业
万事康服装(成都)有限公司	女装样板设计	大型生产型企业

四川警服生产服务中心	服装计算机辅助制版	大型生产型企业
浙江凤凰庄纺织品有限公司	服装面辅料认识与运用、服装产品开发课程设计、生产管理技术方向毕业设计	大型生产、商业型企业
青羊区方达服饰坊	针织产品设计与生产	小型设计、生产、商业型企业
广东信迪染整厂有限公司	服装产品开发课程设计、生产管理技术方向毕业设计	大型生产型企业
成都美特斯邦威服饰有限责任公司	终端导购、基础视觉营销、服装终端运营管理、服装终端陈列实施(及课程设计)、品牌策划与运作、终端综合实习、品牌营销管理方向毕业实习和毕业设计	大型商业型企业
赛琪运动	终端导购、服装销售业务接洽、货品管理、终端综合实习、品牌营销管理方向毕业实习和毕业设计	大型商业型企业
成都胜百科技有限公司	服装网络营销(及课程设计)、服装供应链管理	大型商业型企业

(2) 校外实训基地组织与管理

教学过程中充分利用现有的实训条件，加强实训的组织与设备的规范管理，保持实训项目开出率 100%，；不断新增校外实训基地并签订合作协议，帮助实训基地做好建设、培训、发展的各项工作；将实训基地作为产学研合作的发展基地和双师素质教师的培训基地，不断开发新的实训和科研项目，深化教学改革，保证教学质量和教学水平，不断提高学生的实践动手能力。

(三) 教学资源

1、教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，建议选用高职高专系列教材或国家规划教材。

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：服装设计、生产工艺、纺织等方面的图书文献资料。

3、数字教学资源配备基本要求

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、

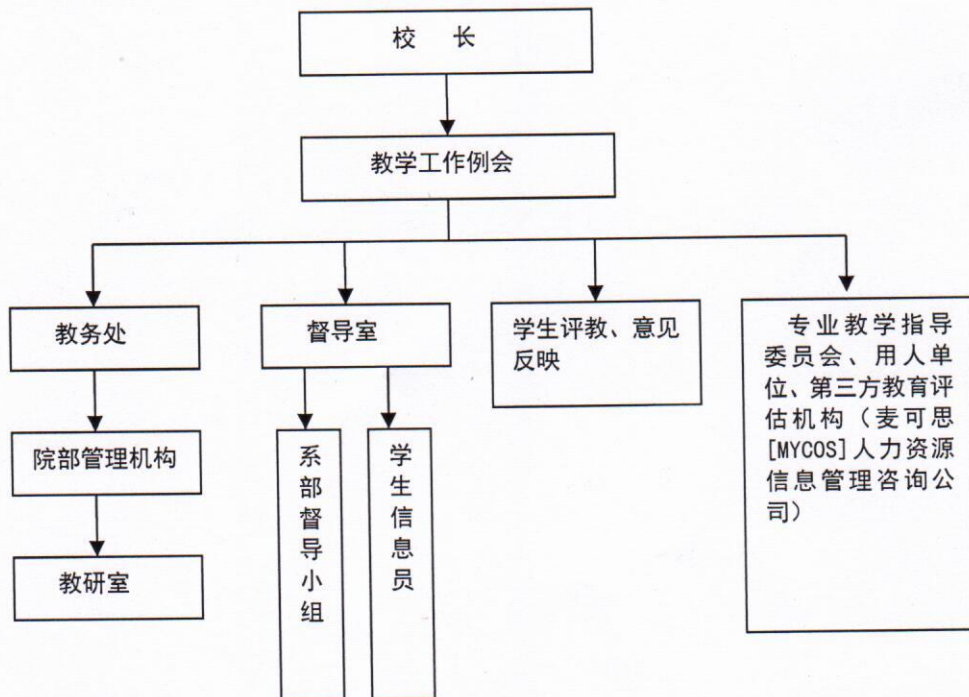
动态更新，能满足教学要求。

六、审核

专业负责人（签字）	教研室主任（签字）	专业学院主任（签字）
胡毅	李悦	齐李梅
学院专业指导委员会主任（签字）	学校专业指导委员会主任（签字）	
教务处长（签字）	分管校长（签字）	

附件一：教学质量监控体系

教学质量监控体系是一个既包括教学过程监控，又包括教学效果反馈控制的系统工程。学校建立了多元化监控主体，根据管理的职能，在不同层面上实施教学质量监控。“四主体、五并重”的教学质量监控体系如下图。



“四主体、五并重”的教学质量监控体系架构示意图

“四主体”监控体系主要包括：

1、由教务处、各学院（部）及教研室为主构成的教学质量监控常规主体 其中教务处主要负责制定全校的教学质量管理方案，抓好教学的组织安排及教学运行中的质量调控，开展经常性的教学质量调研，组织开展教学质量检测评估，建立健全教学质量监控工作制度，并代表学校对各学院（部）、各专业的教学工作进行质量管理，指导各学院（部）对教研室进行教学质量管理工作。

学院（部）教学管理职责是依据学校的办学目标和指导思想以及教学质量管理工作方案，对所属专业的人才培养方案、各个教学环节的安排、教学检查等进行统一领导和管理，搞好教学基本建设，并指导教研室对所属教师和课程进行教学质量管理工作，以及对学生的学习活动进行有效的指导、督促和检查。同时依据学校《教学工作质量评估和奖励办法》、《教学事故认定与处理办法》等相关文件对每位教师的教学质量进行评价，并做相应的奖励或处理。

教研室作为教学基层组织，在教学质量监控中起基础作用，其主要职责是依据校、学院（部）教学质量管理的目标和专业人才培养方案中的教学计划、课程标准的要求，对所属教师和课程的各个教学环节进行教学质量管理工作，组织开展教研活动，进行专业和课程教学改革，交流教学经验，反馈教学信息，并对学生的学习活动进行辅导和管理。

2、由督导室及各学院（部）教学督导组为主构成的专家主体 其主要职责是对学校整体教学工作进行调研，通过听课、参加实践教学环节、参与教研活动、召开学生评教座谈会、检查教师教学常规、问卷调查等活动，了解教学活动的开展情况，收集教学中的各种信息，并写出相应的情况反馈建议、总结，定期或不定期地向学校领导或有关部门和个人反馈教学工作（教学改革、教学建设、教学计划与实施、教学管理、教学保障等方面）中存在的问题，并就如何培养知识、能力、素质协调发展的合格人才，加强和改进教学工作与师资队伍建设，提高学生的创新意识和实践能力提出合理意见和建议。

3、由各班级教学信息员为主构成的学生主体 其职责主要包括：搜集并及时反馈本班同学对教师的教学态度、教学方法、教学内容、教学效果等方面的意

见；搜集并及时反馈本班同学对课程设置、教材选购等方面的建议；每月定期填写《教学情况反馈表》，直接交督导室，由督导室及时整理并与相关学院或部门沟通解决学生反映的问题。

4、由各专业教学指导委员会及相关用人单位、第三方教育评估机构构成的社会主体学校在专业开发与专业建设中，引进社会各行业专家，成立专业教学指导委员会，指导专业开发与人才培养方案的制定，及时修订完善专业教学计划，准确把握社会对人才培养规格需求的变化。同时加强与用人单位关系，建立毕业生质量跟踪调查与就业分析制度。及时反馈用人单位对学校教学质量的意见与建议。引入第三方教育评估机构（麦可思公司）每年对学校的人才培养质量、专业建设、教学管理与质量等进行全方位评价，形成学校各年度社会需求与培养质量报告，为学校更好的进行专业设置与建设、教学质量、学生工作等各方面建设与改革提供公正客观的依据。

“五并重”监控包括：

1、从注重主要对教师教学的监控，转向对教师教学的监控和对学校教学管理环节的监控并重；

2、从注重对理论教学的监控，转向对理论教学的监控与对校内外实践教学监控并重；

3、从注重对教师教学水平、教学效果的监控，转向对教师的教学水平、教学效果的监控与对教师的综合素质和课程建设力度的监控并重；

4、从注重对教师教的监控，转向对教师教的监控与对学生学的监控并重；

5、从对校内教学管理与质量监控，转向校内教学管理与质量监控与社会对学校人才培养质量反馈监控并重。

教学质量管理体系的建立与完善是一个复杂、动态的过程，各教学单位要高度重视，根据自身特点细化学院的教学监控实施措施，落实到人，全面掌握教学质量保障情况，全过程多方位抓质量监控，不断提高教学质量，培养出社会需要的、高素质技术技能人才。

附件二：教学计划进程表

2017 级服装设计与工艺 专业 专科教学计划进程表

一、 理论教学环节

模块	方向	序号	代码	课程名称	课程类型	考核类型	总学时	学分	开课学期及周学时						
									一	二	三	四	五	六	
基本素质模块		1	#N/A	思想道德修养与法律基础(一)	必修	考查	25	1.5	2						
		1	#N/A	思想道德修养与法律基础(二)	必修	考查	25	1.5		2					
		2	#N/A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(一)	必修	考查	32	2.0			2				
		3	#N/A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(二)	必修	考查	32	2.0				2			
		4	#N/A	形势与政策	必修	考查	64	1.0	2	2	2	2			
		5	#N/A	计算机应用基础	必修	考试	48	3.0		4					
		6	#N/A	体育(一)	必修	考查	30	1.0	2						
		7	#N/A	体育(二)	必修	考查	30	1.0		2					
		8	#N/A	体育(三)	必修	考查	30	1.0			2				
		9	#N/A	职业生涯与发展规划	必修	考查	18	1.0	2						
		10	#N/A	就业指导	必修	考查	20	1.0				2			
		11	00G0A163	大学英语(一)	必修	考试	52	3.0	4						
		12	00G0A167	大学英语(二)	必修	考试	52	3.0		4					
		13	#N/A	职业英语	必修	考试	52	3.0			4				
	14	00H0A020	经济数学(一)	必修	考试	60	3.5	4							

	15	00H0A004	应用文写作	必修	考查	32	2.0		2					
	16	#N/A	大学生心理健康	必修	考查	24	0.0	2	2					
	17	#N/A	健康教育	必修	考查	8	0.0		4	4				
	18	#N/A	操行	必修	考查	0	0.0							
	小 计						634	30.5	1 6	1 6	8	4	0	0
专业基础素质模块		19	00C0B194	服装概论	必修	考试	30	2.0	4					
		20	00C0B150	服装市场营销	必修	考查	40	2.5	4					
		21	#N/A	时尚品鉴	必修	考查	30	2.0	4					
	高级定制方向	22	#N/A	服装材料应用	必修	考查	40	2.5		6				
		23	00C0B052	人体时装画	必修	考试	56	3.5		6				
		24	#N/A	服饰色彩设计	必修	考查	48	3.0			8			
		25	00C0B290	服装画技法	必修	考查	72	4.0			8			
		26	00C0B378	服饰图案设计	必修	考查	48	3.0				8		
		27	#N/A	配件主题设计	必修	考查	54	3.0					6	
		高级定制方向 小计						418	25.5	1 2	1 2	1 6	8	6
	生产技术管理方向	28	00C0B189	服装画技法	必修	考查	50	3.0		6				
		29	#N/A	服装材料应用	必修	考查	40	2.5		8				
		30	00C0B352	服装色彩与图案	必修	考查	50	3.0		6				
		32	00C0B291	基础结构	必修	考试	56	3.5		6				
		33	00C0B351	服装造型设计基础	必修	考查	50	3.0			4			
		34	#N/A	服装设计软件	必修	考试	64	4.0			8			
		35	00C0B239	成衣设计	必修	考查	48	3.0				8		
		35	#N/A	服装企业电子商务基础	必修	考查	40	2.5				8		
	生产技术管理方向 小计						498	31.0	1 2	2 6	1 2	1 6	0	0
品牌营销	36	#N/A	服装材料应用	必修	考试	48	3.0		4					
	37	#N/A	服装设计软件	必修	考查	64	4.0		8					

管理方向	38	#N/A	服装企业电子商务基础	必修	考查	40	2.5		4				
	39	#N/A	服装消费者心理学	必修	考试	48	3.0		4				
	40	00C0B160	服装摄影	必修	考查	35	2.0		4				
	41	#N/A	服装企业跨境贸易基础	必修	考试	40	2.5			4			
品牌营销管理方向 小计						375	23.5	1 2	2 4	4	0	0	0
高级定制方向	42	#N/A	时装设计调研	必修	考查	40	2.5		4				
	43	#N/A	高级定制女装制版	必修	考试	60	3.5			6			
	44	#N/A	创意立裁设计	必修	考试	30	2.0			8			
	45	#N/A	中国传统手工技艺	必修	考查	84	5.0				6		
	46	#N/A	时装设计	必修	考试	30	2.0				8		
	47	#N/A	高级定制男装制版	必修	考试	60	3.5				1 0		
	48	00C0B117	服装主题设计	必修	考查	30	2.0					6	
	49	#N/A	服装材料风格与再造	必修	考试	60	3.5					6	
	50	#N/A	特型制版与修正	必修	考试	54	3.0					6	
	高级定制方向 小计						448	27.0	0	4	1 4	2 4	1 8
生产技术管理方向	51	#N/A	女装工业制版与工艺(一)	必修	考试	80	4.5			8			
	52	#N/A	女装工业制版与工艺(二)	必修	考试	80	4.5				8		
	53	00C0B474	服装企业跟单跟单	必修	考试	64	4.0				8		
	54	#N/A	男装工业制版	必修	考试	96	5.5					8	
	55	#N/A	童装产品开发	必修	考试	74	4.5					8	
	56	00C0B251	成衣工艺设计	必修	考查	48	3.0					4	
生产技术管理方向 小计						442	26.0	0	2 4	1 2	1 6	2 0	0
品牌营销管理	57	00C0B545	基础视觉营销	必修	考试	48	3.0			4			
	58	00C0B548	服装网络营销	必修	考查	48	3.0					8	
	59	#N/A	服装企业移动互联网营销	必修	考查	64	4.0			8			

专业拓展技能模块

方向	60	#N/A	服装商品管理	必修	考查	56	3.5				4		
	61	00C0B395	服装终端运营管理	必修	考试	64	4.0				8		
	62	#N/A	品牌策划与运作	必修	考查	30	2.0			4			
	品牌营销管理方向 小计						310	19.5	0	0	16	12	8
高级定制方向	63	#N/A	形象设计与商务礼仪	必修	考查	30	2.0			4			
	68	00C0B160	服装摄影	必修	考查	35	2.0				4		
	69	00C0B306	服装网络营销	必修	考试	40	2.5				4		
	70	#N/A	高定工作室运营	必修	考试	32	2.0					4	
	71	#N/A	时尚采购与成本管理	必修	考试	48	3.0					6	
	高级定制方向 小计						185	11.5	0	0	4	8	10
生产技术管理方向	72	#N/A	服装计算机辅助制版	必修	考试	64	4.0				4		
	73	00C0B369	成衣品牌策划与运作	必修	考查	30	2.0					4	
	74	#N/A	服装生产企业管理	必修	考试	40	2.5					4	
	75	#N/A	服装供应链管理	必修	考查	40	2.5					4	
	生产技术管理方向 小计						174	11.0	0	0	0	4	12
品牌营销管理方向	76	00F0B235	会计学基础	必修	考试	42	2.5			4			
	77	#N/A	服装企业网店装修	必修	考查	30	2.0				4		
	78	#N/A	营销型服装企业管理	必修	考试	56	3.5				8		
	79	#N/A	服装跨境电商平台应用	必修	考试	64	4.0				8		
	80	#N/A	服装供应链管理	必修	考试	40	2.5					4	
	81	#N/A	服装企业商务谈判	必修	考查	40	2.5					4	
	82	#N/A	企业人力资源管理	必修	考试	40	2.5					4	
	83	00C0B316	服装终端陈列实施	必修	考查	56	3.5			8			
	84	#N/A	服装企业客户关系管理	必修	考试	48	3.0					4	
	85	#N/A	互联网+工作室创业课程	必修	考查	30	2.0				4		
品牌营销管理方向 小计						446	28.0	0	0	1	2	1	0

公共选修模块								2	4	6	
	全校性选修课程，学生在全校性素质教育课范围内必须选修 4 门课程（其中至少选 1 门创新创业类课程；建议工程类学生至少选 4 学分人文社科类课程，建议文经管及艺术类学生至少选 4 学分理工类课程；网络公选课不得超过 4 学分），每门课程总学时 30 学时，2 学分，共计 120 学时，8 学分。										
小 计			120	8.0							
高级定制方向 合计			180	102.	2	3	4	4	3	0	
生产技术管理方向 合计			186	106.	2	6	3	4	3	0	
品牌营销管理方向 合计			188	109.	2	4	4	4	2	0	
			5	5	8	0	0	0	4	0	

二、实践教学环节

类别	方向	序号	课程代码	名称	实践类型	周数	学分	地点	学期	设计周	
公共实践模块		86	00KOD001	军训	实训	2	2	校内	1		
		87	#N/A	体育素质测试	实训		0	校内	3、4		
专业实践模块	高级定制方向	88	00COD102	基础工艺实训	实训	2	2	校内	1		
		89	#N/A	高级定制创新设计	设计	4	4	校内或校外	5	4	
		90	#N/A	立体裁剪实训	实训	3	3	校内	2		
		91	00COD445	基础成衣工艺实训	实训	3	3	校内	3		
		92	#N/A	男装制作技术实训	实训	3	3	校内	4		
		93	#N/A	高级时装制作技术	设计	5	5	校内	5	5	
		94	#N/A	毕业实习	毕业实习	4	4	校外	6		
		95	#N/A	毕业设计	毕业设计	12	6	校内	6		
	高级定制方向合计						38	32			9
	生产技术管理方向	96	00COD445	基础成衣工艺实训	实训	3	3	校内	2		
		97	#N/A	服装产品生产实训	实训	3	3	校内和校外	4		
98		#N/A	立体裁剪课程	设计	3	3	校内	3	3		
99		#N/A	服装产品创新开发设计	设计	4	4	校内	5	4		
100		#N/A	男装产品工艺设计	设计	3	3	校内	5	3		
101		00C0E265	毕业实习	毕业实习	4	4	校外	6			

	10 2	00C0F270	毕业设计	毕业设 计	12	6	校内	6	
	生产技术管理方向合计				36	30			10
品牌营 销管 理方 向	10 3	#N/A	市场调查	设计	3	3	校内和 校外	2	3
	10 4	00C0C344	服装品牌策 划设计	设计	2	2	校内	3	2
	10 5	00C0C529	网店实施课 程设计	设计	3	3	校内	5	3
	10 6	#N/A	服装终端运 营管理实训	实训	1	1	校内和 校外	4	
	10 7	#N/A	服装企业网 店装修实训	实训	2	2	校内	4	
	10 8	#N/A	服装终端陈 列实施课程 设计	设计	1	1	校内和 校外	3	1
	10 9	#N/A	营销综合实 习	实训	4	4	校内和 校外	5	
	11 0	00C0E262	毕业实习	毕业实 习	4	4	校外	6	
	11 1	00C0F267	毕业设计	毕业设 计	12	6	校内	6	
	品牌营销管理方向合计				36	30			9

三、教学环节分配一览表

专业方向	学年	学期	课程教学周数	实训专周周数	考试及机动	总计
高级定制方向	一	1	14	4	2	20
		2	16	3	1	20
	二	3	16	3	1	20
		4	16	3	1	20
	三	5	10	9	1	20
		6	0	16	0	16
总学时			2651	总学分	134.5	
生产技术管理方向	一	1	14	4	2	20
		2	16	3	1	20
	二	3	16	3	1	20
		4	16	3	1	20
	三	5	12	7	1	20
		6	0	16	0	16
总学时			2640	总学分	136.5	
品牌营销管理方	一	1	14	4	2	20
		2	16	3	1	20
	二	3	16	3	1	20
		4	16	3	1	20
	三	5	12	7	1	20
		6	0	16	0	16

三、教学环节分配一览表

专业方向	学年	学期	课程教学周数	实训专周周数	考试及机动	总计
高级定制方向	一	1	14	4	2	20
		2	16	3	1	20
	二	3	16	3	1	20
		4	16	3	1	20
	三	5	10	9	1	20
		6	0	16	0	16
	总学时		2651	总学分	134.5	
生产技术管理方向	一	1	14	4	2	20
		2	16	3	1	20
	二	3	16	3	1	20
		4	16	3	1	20
	三	5	12	7	1	20
		6	0	16	0	16
	总学时		2640	总学分	136.5	
品牌营销管理方向	一	1	14	4	2	20
		2	16	3	1	20
	二	3	16	3	1	20
		4	16	3	1	20
	三	5	12	7	1	20
		6	0	16	0	16
	总学时		2671	总学分	139.5	

专业负责人	教研室	专业学院
胡毅	李晓岩	齐雪峰
专业指导委员会主任	专业指导委员会成员	
教务处	主管校长	