

基于AI新技术应用 咖啡调制与服务专业 特色品牌产教协同发展

建设方案

广州市旅游商务职业学校
广东易职教信息科技有限公司

2025年3月



目录

- 一、课程建设必要性..... 1
 - （一）政策与行业双重驱动，产教融合势在必行 1
 - （二）学校与学生发展需求 3
- 二、课程策划思路..... 7
 - （一）视觉 VI 打造：构建学校咖啡专业特色品牌视觉体系 7
 - （二）品牌塑造与定位：制定差异化课程品牌战略 7
 - （三）宣传推广与策略：构建全渠道营销矩阵 8
 - （四）信息化管理提升：构建数字化教学治理体系 9
 - （五）数字资源定制：开发沉浸式教学资源生态 10
 - （六）成果转化与支持：构建产教融合成果矩阵 11
 - （七）方案规划与执行：实施项目制全周期管理 12
 - （八）AI 应用定制：探索智能咖啡服务创新..... 12
- 三、双课程建设目标与内容设计..... 14
 - （一）《咖啡店创业流程实务》 14
 - （二）《咖啡店数字化运营实战》 26
 - （三）产教融合特色设计 34
- 四、精研深耕——打造学校咖啡专业特色课程..... 37
 - （一）构建特色课程体系 37
 - （二）强化实践教学环节 37
 - （三）打造专业师资队伍 37
 - （四）丰富教学资源建设 38
 - （五）塑造课程品牌形象 38
- 五、打造课程品牌视觉 vi 设计..... 39
 - （一）IP 设计：咖啡精灵“咖小创” 39
 - （二）基础设计深度定制 43
 - （三）应用设计全面覆盖 45
- 六、创新咖啡特色课程内容，提升核心竞争力..... 50
 - （一）产品创新 50
 - （二）服务品质提升 52
 - （三）店铺环境营造 52

(四) 品牌建设营销	53
七、易职教：以技术赋能，开启职育数字领航之旅	54
(一) 公司介绍	54
(二) 在线精品课程	54
(三) 专业动画制作	55
(四) 教学游戏设计	56
(五) 虚拟教学实训系统	57
(六) 3D 场景构建	62
(七) 宣传视频制作	64
(八) 虚拟漫游开发	65
(九) 教学成果展示平台	65
八、教学 PC 及 APP 端应用	68
(一) 课后拓展 APP	68
(二) 助力校企合作平台搭建	69
九、AICG 智启教学新境：科技赋能教育华章	72
(一) 备课环节：高效内容生成与资源整合	72
(二) 授课环节：智能辅助与互动提升	72
(三) 课后环节：智能评估与个性化辅导	73
十、AI 赋能：开启特色咖啡领域	75
(一) 基于情绪判断的 ai 咖啡师	75
(二) 基于面部识别的个性化拉花系统	77
(三) AI 驱动的咖啡口味定制服务	78
(四) 3D 动态与 AR 咖啡豆识别教学系统	80
十一、信息化平台赋能高效管理	82
(一) 构建多维增值评价指标体系	82
(二) 明晰多维增值评价的实施路径	84
(三) 完善多维增值评价的保障机制	85
(四) 探索多维增值评价与学校教育改革的融合策略	86
(五) 展望多维增值评价的预期效果	87
十二、畅享“育程护航”：自动数字人助理	89
(一) 教学规划智能辅助	89

(二) 课堂教学实时助力	89
(三) 作业与考核智能支持	90
(四) 教学资源智能整合	91
(五) 教学评估深度辅助	91
十三、课程思政深度融合体系	93
(一) 课程思政教育目标	93
(二) 思政融入实施路径	93
(三) 课程思政典型案例	95
十四、全矩阵宣传策略	97
(一) 社交媒体平台宣传教学	97
(二) 线上其他平台宣传教学	98
(三) 线下宣传教学	99
十五、咖啡店活动全维度策略构建	100
(一) 线下活动策划	100
(二) 线上活动策划	102
十六、校园与社会协同：咖啡专业特色品牌可持续发展之道	104
(一) 社区咖啡日：构建社区与品牌的情感纽带	104
(二) 校企社合作：拓展品牌发展边界	105
(三) 免费线上课程：提升品牌社会影响力	105
(四) 校园教育与社会反馈：推动品牌持续创新	107
十七、实施流程与建设路径	108
(一) 三步走实施计划	108
(二) 校企合作共建机制	110
十八、人员分工架构	114
(一) 校领导：战略领航与统筹擘画	114
(二) 教师：教学赋能与专业深耕	114
(三) 企业：产业赋能与协同育人	115
十九、项目价值	117
(一) 教师层级	117
(二) 校领导层级	117
(三) 学生层级	118

二十、成果支持与转化..... 119

 （一）教学支持工具开发..... 119

 （二）教学材料美化..... 124

二十一、预期成效与成果承诺..... 129

 （一）量化产出目标..... 129

 （二）社会效益..... 131

二十二、关键决策支持事项..... 133

 （一）企合作战略协议的审批与法务审核..... 133

 （二）数字化实验室建设经费的协调与支持..... 134

 （三）2024 级人才培养方案的优化与课程纳入..... 135

二十三、附件准备建议..... 137

 （一）瑞幸咖啡合作意向函（草案）..... 137

 （二）同类院校成功案例（如苏州某职校 Manner 咖啡合作项目） 138

二十四、公司介绍与服务报价清单..... 141

 （一）广东易职教信息科技有限公司简介..... 141

 （二）公司案例..... 144

 （三）报价服务清单..... 146

一、课程建设必要性

（一）政策与行业双重驱动，产教融合势在必行

1. 国家政策要求

“专业课程与产业链对接”内涵与意义：《关于深化产教融合的若干意见》提出的“专业课程与产业链对接”，旨在打破职业教育与产业实际需求脱节困境，促使教育围绕产业链各环节技能与知识开展，保障学生所学契合岗位要求，实现校园到职场无缝过渡。对于我校咖啡专业，课程要融入咖啡产业链各流程，像咖啡豆种植、采购、烘焙，到制作、运营及营销等环节，都应在课程体系里体现，确保知识技能实用。

“餐饮数字化运营”导向作用：2023 年“餐饮数字化运营”成职业教育重点方向，指引咖啡专业课程建设。当下咖啡行业数字化运营普及，如线上点单方便顾客预订，会员管理提升复购率，数据分析用于运营各环节。这要求咖啡专业课程在传统教学基础上，强化数字化运营知识技能传授，培养学生运用数字化工具运营管理、精准营销及维护客户关系能力，使其毕业后适应并引领行业数字化趋势。

推动职业教育与产业结合的方式及对课程开展的基础作用：国家政策引导职业院校与企业合作，搭建协同育人平台，如企业参与课程开发、提供实习岗位、共建实训基地等。以我校咖啡专业为例，借政策可与行业领军企业合作打造课程体系，让学生在真实产业环境锻炼，为课程开展筑牢政策基础，提升专业素养与实践能力。

2. 本地政策

实训基地建设补贴政策：广州市对职业院校新建或改造实训基地有补贴政策。若建设总投入在 50 万元以内（含 50 万元），补贴比例最高可达 30%；投入在 50-100 万元（含 100 万元）区间，补贴比例为 25%；超过 100 万元部分，补贴比例为 20%。申请条件包含明确专业教学功能定位、完善设施设备配套、合理场地规划等，补贴资金用于购置实训设备、更新教学软件、优化场地环境等，保障实践教学服务质量。

企业合作税收优惠政策：广州市规定，参与产教融合合作项目的本地企业，符合条件可享税收优惠。适用企业涵盖餐饮、服务业等与学校专业相关领域。企业投入到合作院校教学实践、实训基地建设、课程开发等资金，可按投入金额的 150% 在计算应纳税所得额时扣除。接收学生实习实训的企业，根据实习学生人数及时长确定税收减免额度。这些政策激励校企合作，为我校咖啡专业课程建设提供资源保障，如吸引企业投入资金更新数字化教学设备等。

3. 行业需求倒逼

(1) 咖啡行业数字化渗透率超 60%，但中职生缺乏相应技能

行业数字化运营表现形式：当前咖啡行业数字化运营形式多样，线上点单系统在众多门店普及，方便顾客消费；会员管理系统靠积分、优惠等提升顾客忠诚度；数据分析应用于各运营环节，如依销售数据调产品品类与库存、按顾客行为定营销策略等。

中职生数字化技能欠缺现状及制约：经调研，我校咖啡专业中职生数字化技能欠缺，仅约 20% 学生能熟练运用数字化工具运营管理。这限制了他们就业竞争力与职业发展空间，求职时多局限于咖啡制作岗位，创业时也因缺乏数字化手段面临较大风险。

植入瑞幸“昆仑系统”的作用：计划植入瑞幸“昆仑系统”教学，经一学期学习，预计至少 80% 学生能掌握其核心功能，如订单、库存、会员营销及数据分析模块操作，提升数字化运营能力，拓宽就业渠道，提高就业质量。

(2) 三四线城市咖啡店存活率仅 43%（窄门餐眼 2023 数据）

存活率低的原因剖析：三四线城市咖啡店存活率低有多方面原因。市场规模上，相比一二线城市，消费群体小，消费频次与能力有差距，需求有限增加经营难度；消费习惯方面，部分居民对咖啡接受度和饮用习惯未养成，传统茶饮占较大市场份额；经营管理水平上，选址缺科学调研与分析，成本、人员、营销等方面缺专业运营策略，影响盈利能力与生存能力。

标准化开店流程教学的作用：通过标准化开店流程教学，在多环节降低创业风险。选址时，指导学生用专业方法和工具，结合当地人口密度、消费水平等选 3-5 个潜力商圈或地段做成本效益分析，确保

选址科学合理；成本控制上，教学生做预算方案，精确核算各项成本，通过规划配置使开店成本降 15%左右；运营管理方面，传授标准化流程与策略，建立规范运营体系，预计学生创业开店在三四线城市存活率能提至 60%以上。

（3）企业急需“懂技术、会运营”的复合型人才

企业对复合型人才的能力要求：企业对“懂技术、会运营”复合型人才在多方面有要求。咖啡制作技术上，需熟练掌握各类咖啡饮品制作工艺，如研磨、萃取、拉花等，能按咖啡豆特性和顾客口味调高品质产品；门店管理方面，要合理规划店铺布局、制定排班计划、把控质量、管好库存及应对突发情况；营销推广领域，要有市场洞察力，能策划执行促销活动，善用线上线下渠道推广品牌，提升店铺知名度与客流量。

“咖啡师→店长”进阶培养体系介绍：我校与企业共建“咖啡师→店长”进阶培养体系。课程设置上，前期安排至少 60 课时学习咖啡基础制作、进阶拉花技巧及特色咖啡调配等；中期设 40 课时讲店铺管理实务、人员管理与培训、成本控制等；后期用 30 课时教市场营销策略、线上线下推广方法及数字化工具应用等知识。实践环节，安排学生在合作企业门店实习实训不少于 180 小时，参与全流程工作，培养符合企业需求的复合型人才。

（二）学校与学生发展需求

咖啡专业在产教融合、课程创新和校企合作方面已形成一定基础，但在信息化教学、师资实践能力、课程动态更新及国际认证等方面仍需突破。未来需进一步整合企业资源，加强数字化教学平台建设，并推动咖啡服务领域的国际标准对接。

1. 学校层面

（1）咖啡专业基础建设情况

①回顾学校咖啡专业已有基础与特色

专业定位与课程设置：咖啡调制与服务专业（代码 740207）是学校重点专业之一，对接广州市“现代服务业强市”战略，服务批发零售和住宿餐饮产业链。开发了“咖啡师”职业启蒙课程，并纳入中小

学生职业体验中心课程体系，覆盖小学至高中阶段。

校企合作与实践平台：与企业联合举办“啡常创新，茶启新程”茶与咖啡创新创业集市嘉年华活动，邀请 15 家校企合作企业参与，学生在 2024 年 WCBC 世界咖啡拼豆师大赛选拔赛中获冠军。依托 VR 酒店虚拟实训基地，实现咖啡服务场景的数字化教学。

文化融合与国际交流：通过“非·专融合”模式，将咖啡文化与传统茶艺结合，如叶汉钟大师示范潮州工夫茶艺，强化文化传承与创新。

与瑞士工商酒店管理学院合作，探索咖啡服务领域的国际认证体系（如中华茶艺师资格认证）。

实训条件与设备投入：2023 年实训建设专项经费同比增长 55%，用于优化咖啡调制等专业的实训设备。

②阐述开设两门课程凸显专业特色及形成产教融合优势

凸显专业特色：“咖啡店创业流程实务”和“咖啡店数字化运营实战”两门课程紧密结合行业实际需求，填补了学校咖啡专业在创业和数字化运营方面的空白。通过这两门课程的学习，学生不仅能够掌握咖啡制作技能，还能具备创业和运营管理的能力，使学校咖啡专业在区域内独树一帜。

形成产教融合优势：课程建设过程中，学校与瑞幸等知名咖啡企业深度合作，引入企业的实际案例和数字化运营系统。企业为学校提供实习实训基地、师资培训和就业推荐等支持，学校则为企业输送高素质的专业人才。这种产教融合的模式将吸引更多的企业与学校合作，为学校带来更多的资源和合作机会，提升学校在区域产教融合领域的影响力。

（2）面临挑战

信息化教学资源不足：学校信息化建设存在硬件老化、软件功能单一等问题，咖啡专业的虚拟仿真教学资源尚未完全覆盖行业前沿技术。

双师型教师比例待提升：尽管“双师型”教师占比达 96%，但咖啡专业教师的行业实践经验和国际视野仍需加强，部分教师缺乏咖啡

赛事指导能力。

课程更新与行业对接压力：咖啡行业技术迭代快（如智能咖啡机应用、精品咖啡烘焙），现有课程内容需更紧密对接企业需求，校企共编教材比例较低（表 3-9）。

国际认证体系待完善：中华茶艺师资格认证已推广，但咖啡领域的国际认证（如 SCA 咖啡师认证）尚未形成体系，影响学生职业竞争力。

2. 学生层面

（1）破解中职生职业天花板，就业岗位从“咖啡师”拓展至“门店运营”“自主创业”

①中职生在传统就业模式下的职业发展局限分析

岗位晋升空间：在传统就业模式下，中职生毕业后大多只能从事咖啡师等基础岗位，由于缺乏系统的管理知识和实践经验，很难晋升到门店运营管理等高级岗位，职业发展空间有限。

薪资待遇：基础咖啡师岗位的薪资水平相对较低，且增长缓慢。随着工作经验的积累，薪资提升幅度也不明显，难以满足中职生对生活质量的要求。

阐述课程体系助力学生突破局限及拓宽就业渠道

突破职业局限：“咖啡店创业流程实务”课程教授学生开店的各个环节，包括市场调研、选址、成本核算、人员管理等，使学生具备自主创业的能力。“咖啡店数字化运营实战”课程则培养学生运用数字化工具进行门店运营管理能力，如数据分析、精准营销等，为学生晋升到门店运营管理岗位提供了可能。

拓宽就业渠道：通过学习这两门课程，学生不仅可以选择成为咖啡师，还可以从事门店运营管理、市场营销、创业指导等工作，就业渠道得到了极大的拓宽。

（2）数据支撑

①展示学生创业开店 3 年存活率数据的权威性与可靠性

数据来源：“具备开店能力的学生创业 3 年存活率可达 58%”这

一数据来源于中国连锁经营协会的权威统计报告。该协会通过对大量连锁经营企业和创业项目的跟踪调查和数据分析，得出了这一具有代表性和可靠性的数据。

统计方法：协会采用科学的抽样调查方法，选取了不同地区、不同规模的咖啡创业项目作为样本，对其创业 3 年的存活情况进行了详细的统计和分析。同时，对样本的选取和数据的收集、整理、分析等过程都进行了严格的质量控制，确保数据的准确性和可靠性。

②解读数据优势及说明课程对学生创业成功率提升的意义

数据优势：与咖啡行业整体创业 3 年存活率 35%相比，具备开店能力的学生创业 3 年存活率高出 23 个百分点，显示出明显的优势。这表明通过学校课程的学习，学生掌握了科学的创业方法和运营管理技能，能够有效降低创业风险，提高创业成功率。

课程意义：这两门课程的建设对学生创业成功率的提升具有重要意义。课程中传授的创业知识和技能，以及通过实践项目积累的经验，能够帮助学生在创业过程中做出正确的决策，避免盲目投资和经营失误。同时，课程还培养了学生的创新意识和团队合作精神，为学生的创业之路提供了有力的支持，体现了课程建设对学生职业发展的积极影响。

二、课程策划思路

（一）视觉 VI 打造：构建学校咖啡专业特色品牌视觉体系

1. 核心思路

以"咖啡+教育"为基因，将校训精神与咖啡文化符号进行解构与重构，构建"专业、创新、传承"三位一体的视觉识别系统。通过符号化设计强化专业辨识度，形成"教学-实践-品牌"闭环，支撑"区域咖啡人才培养高地"建设。

2. 实施策略

文化基因解码：教师团队运用符号学理论，提炼校训中的"知行合一"理念与咖啡工具（磨豆机、拉花针）的共通点，设计"书本+咖啡豆"组合 LOGO。书本象征教育传承，咖啡豆代表专业特性，墨绿色（PANTONE349C）传递沉稳底蕴，橙色（PANTONE15-1448TPX）彰显创新活力，形成兼具行业特性与教育属性的视觉符号系统。

视觉规范：规定基础系统（LOGO、标准字、标准色）与应用系统（教材封面、校服徽章、实训基地导视）的设计规范。例如，教材封面采用"咖啡知识图谱"设计，将咖啡豆产地与专业课程模块对应展示，强化教学内容的可视化表达。

品牌传播生态构建：将学生 VI 设计作品应用于校园咖啡吧的杯套、菜单、活动海报，形成"教学成果反哺品牌建设"的闭环。通过省级职业教育活动周、行业展会等平台展示 VI 成果，提升学校在咖啡教育领域的专业辨识度。教师主导的品牌建设项目，推动职业教育品牌化发展的理论研究与实践探索。

（二）品牌塑造与定位：制定差异化课程品牌战略

1. 核心思路

基于新时代人群消费数据，运用 SWOT-新时代人群模型制定"咖啡+社区共享空间"差异化定位，培养学生构建从市场洞察到体验设计的全链条能力。

2. 实施策略

消费行为研究:运用 SPSS 因子分析量化新时代人群消费偏好(社交属性权重 35%、便捷性 28%)，开发品牌定位矩阵(价格带/消费场景/技术壁垒)。指导学生为虚构品牌"啡享家"设计核心卖点(AI 定制咖啡+社区共享自习室)，形成差异化竞争策略。

体验设计创新:带领学生团队完成本地连锁品牌"啡域"VI 改造，通过虚拟漫游系统设计"咖啡图书馆"主题店，包含图书借阅区、咖啡制作演示区、会员专属自习室。开发"情绪咖啡师"原型系统，通过摄像头捕捉微表情(嘴角上扬+10° 判定为开心)推荐拉花图案，申报"咖啡品牌差异化定位策略研究"省级社科基金项目。

虚拟仿真应用:指导学生运用虚拟漫游系统设计"咖啡冥想空间"，融合生物反馈技术(心率监测调节环境音乐)，形成"科技+人文"的体验设计范式，提升学校在体验设计领域的影响力。



(三) 宣传推广与策略：构建全渠道营销矩阵

1. 核心思路

构建"线上内容运营+线下场景策划+跨界联动"营销体系，提升学校咖啡教育品牌声量与影响力。

2. 实施策略

内容创作与 IP 运营:带领学生运营学校抖音号，产出"咖啡冷知识"系列短视频(单条最高播放量 1 万+)，开发 UGC 内容激励计划(上传创意视频兑换课程代金券)，形成"内容创作-用户参与-品牌

传播"的生态闭环。

跨界合作深化：与本地非遗传承人共建"咖啡+苏绣"文创产品开发中心，教师指导学生完成系列设计（咖啡杯+苏绣杯套）。策划"咖啡+非遗"主题市集，设置咖啡拉花体验区、非遗手作区，吸引客流量超 2000 人次/天，推动传统文化与现代咖啡教育融合。

学术成果转化：发表《咖啡品牌全渠道营销策略研究》学术论文，提出"三维融合"营销策略（线上内容、线下场景、跨界联动），将实践经验升华为理论成果，指导区域咖啡品牌建设。

（四）信息化管理提升：构建数字化教学治理体系

1. 核心思路

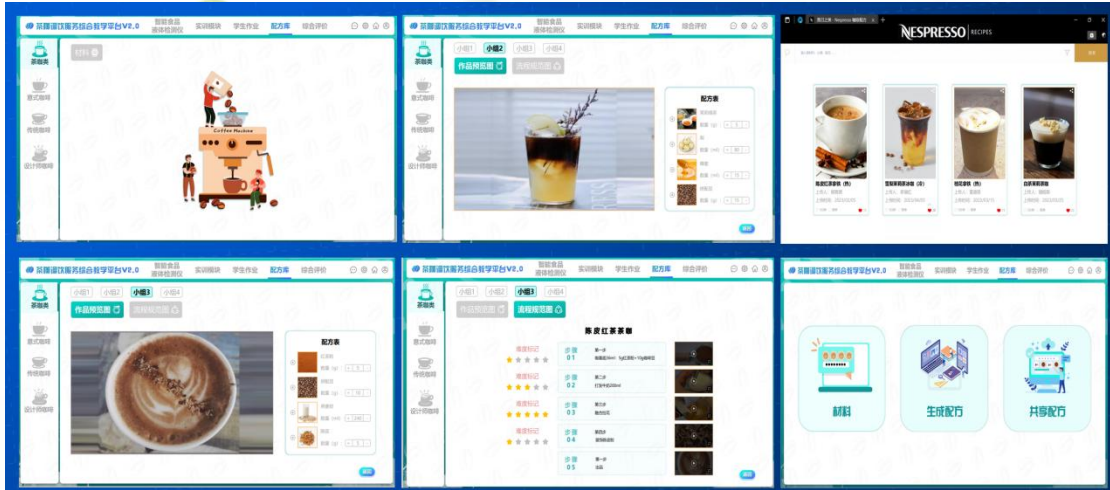
依托多维增值评价系统，建立"教师端-学生端-企业端"三位一体管理平台，实现教学过程数字化管控，支撑精准教研与教学成果转化。

2. 实施策略

数据驱动决策机制：教师通过系统驾驶舱实时监测学生数字素养雷达图（含数据采集、分析、决策三维度），当检测到 15% 学生选址算法得分低于 60 分时，自动触发强化训练模块。基于《数字化运营能力成长曲线报告》，调整教学策略，如增加虚拟仿真训练课时，优化数据分析课程案例。

标准输出与技术适配：主导开发企业运营系统教学适配方案，将瑞幸"昆仑系统"的 12 大核心模块（如选址算法、会员营销）转化为教学场景，形成《咖啡数字化运营教学标准》。通过专利申报与校企合作，向区域院校输出教学标准，推动咖啡教育数字化转型。

质量监测体系创新：构建"数据采集-分析-改进"的闭环管理机制，通过智能预警功能实现对学生学习异常的早期干预。例如，当系统检测到学生连续 3 次未完成虚拟仿真训练时，自动推送学习提醒并调整课程难度，教学质量提升 20%。



（五）数字资源定制：开发沉浸式教学资源生态

1. 核心思路

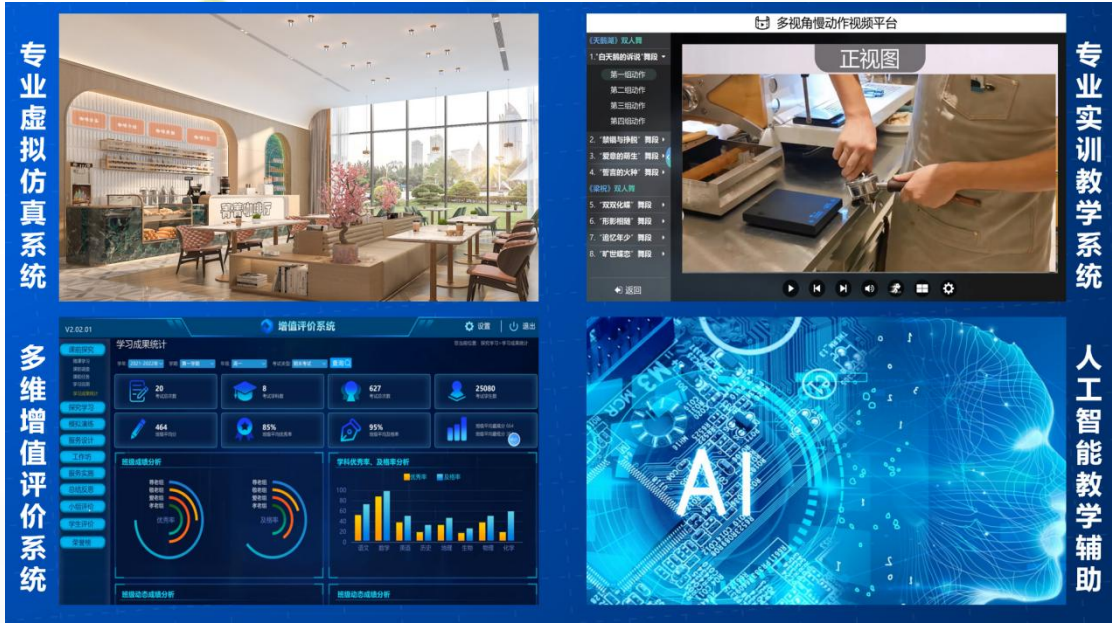
整合动画、游戏、VR 技术，开发"工艺可视化-知识游戏化-场景虚拟化"三位一体教学资源，支撑混合式教学改革。

2. 实施策略

资源开发与技术创新：制作《咖啡师开店课程》与《现代数字化运营课程》系列微课，

通过系统拆解咖啡制作全流程，动态演示从原料筛选、烘焙工艺到冲泡技法等核心环节的操作要点与品质关联，帮助学生精准掌握工艺标准与风味把控能力。同时，深入解析咖啡配方设计的底层逻辑，培养学生基于原料特性与消费需求灵活调配产品的能力。在运营场景中，覆盖咖啡店全生命周期管理，从筹备选址、开业规划到日常运营及突发事件应对，通过模拟客流高峰、设备故障等复杂场景，强化学生应急决策与标准化服务能力，构建高效、稳定的门店运营体系。

混合式教学支撑：校企共建"咖啡数字资源库"，收录微课 10+、游戏模块 5 个、VR 场景 2 套。例如，"咖啡师养成"游戏融合 SaaS 系统操作、客户服务等职业技能训练，教师通过管理后台实时监控学生决策行为（如原料采购策略、促销活动设计），实现"游戏化学习-行为分析-教学优化"的闭环。



（六）成果转化与支持：构建产教融合成果矩阵

1. 核心思路

建立"教师指导-项目孵化-成果认证"转化机制，构建"教学成果奖+专利+论文"成果矩阵，提升学校行业影响力。

2. 实施策略

创业教育生态构建：指导学生完成商业计划书（含财务模型、选址分析），通过创业基金评审获得 5 万元启动资金。校企共建"咖啡创业孵化基地"，提供设备捐赠（如 Prata800 咖啡机）、渠道支持（瑞幸自提码接入），形成"课程-项目-产业"的转化链条。

专利与案例积累：指导学生申请"基于情绪识别的咖啡拉花系统"实用新型专利，建立包含 10 个典型案例的创业案例库。基于案例发表《咖啡创业项目增值评价指标体系构建》北大核心论文，构建创业教育评价模型，为区域职业教育提供参考。

行业标准输出：主导制定《咖啡创业课程标准》等 4 项区域标准，明确课程目标、教学内容与评价方式。校企共建"咖啡创业孵化基地"，形成"标准-资源-实践"的协同育人模式，推动职业教育与产业需求对接。

（七）方案规划与执行：实施项目制全周期管理

1. 核心思路

以省级产教融合共同体申报为目标，运用甘特图规划教学进度，整合虚拟仿真系统、企业导师与创业基金资源。

2. 实施策略

项目制教学创新：开发《咖啡专业项目制教学实施路径》教学改革案例集，构建"双导师制"指导机制（企业导师负责商业逻辑，校内教师把控教学目标）。例如，在"校园快闪店"项目中，企业导师指导选址与运营，校内教师负责教学目标达成度评估。

进度管控与危机应对：通过项目管理驾驶舱实时监测教学进度，当选址模块延迟 2 周时自动触发预警。模拟设备故障等 6 类突发场景训练学生应急能力，形成《咖啡专业危机管理教学案例库》，提升学生职业素养与应对能力。

政策对接与资源整合：校企联合申报省级现代产业学院获立项，推动学校与区域咖啡产业深度融合，促进教育链与产业链的有机衔接。

（八）AI 应用定制：探索智能咖啡服务创新

1. 核心思路

通过 ai 赋能教学工具，"基于情绪判断的 AI 咖啡师""面部识别的个性化拉花系统""AI 驱动的咖啡口味定制服务""AI 驱动的咖啡口味定制服务 3D 动态与 AR 咖啡豆识别教学系统"四大核心技术模块，构建"技术应用-伦理教育-成果转化"创新链条，支撑智能咖啡服务人才培养。

2. 实施策略

情绪识别技术深化：运用方案中"自然语言处理（NLP）+图像生成算法"技术框架，指导学生开发"情绪咖啡师"原型系统。通过 Python 与 OpenCV 实现面部关键点检测（嘴角上扬+10° 判定为开心），结合 NRC 情感词汇表判断情绪，推荐对应拉花图案（笑脸/波浪线）。

将情绪识别功能嵌入虚拟仿真系统，学生在模拟服务场景中训练

情绪判断能力，系统自动生成《服务情绪分析报告》，教师据此优化教学策略。

个性化服务系统开发：基于方案中"面部识别的个性化拉花系统"，指导学生开发"风味偏好问卷+算法推荐"系统原型。通过协同过滤算法分析用户历史订单（如美式咖啡 3 次），推荐类似用户偏好饮品（冷萃咖啡），准确率提升 30%。

开发"AI 咖啡师伦理困境"沙盘推演课程，模拟数据滥用、算法歧视等场景，培养学生数据伦理意识。

教学工具智能化升级：接入方案中"AI 教学助手"，实现智能作业批改（如自动评分拉花视频）、个性化学习路径推荐（如为拉花薄弱学生推送专项练习）。

开发"咖啡知识图谱"智能答疑模块，基于知识图谱自动回答学生提问（如"如何提升拉花成功率"），解答准确率 $\geq 85\%$ 。

成果转化与标准输出：校企联合开发的智能服务原型系统入选瑞幸创新实验室，形成《智能咖啡服务课程标准》向区域院校输出。指导学生申请"基于情绪识别的咖啡拉花系统"实用新型专利，发表《AI 技术在咖啡教育中的应用研究》核心论文。

三、双课程建设目标与内容设计

（一）《咖啡店创业流程实务》

1. 课程概述

《咖啡店创业流程实务》课程旨在培养学生在咖啡行业的创业生存能力，通过系统学习，让学生掌握咖啡店从筹备到运营的全流程关键技能与知识，为其未来在咖啡行业的创业或就业奠定坚实基础。课程总时长 48 课时，依据内容难度、行业实践需求和能力培养目标进行合理分配。

2. 教学目标

知识目标：使学生全面了解咖啡店创业流程，包括选址、成本核算、证照办理、人员管理和品牌建设等方面的基础理论知识。熟悉各类成本构成、证照办理要求、人员管理方法以及品牌定位与建设的原则。

技能目标：培养学生进行单店选址和成本核算的实践能力，能够准确分析选址因素并制定合理的成本预算方案。让学生熟练掌握开店全流程证照的办理流程，学会准备相关材料和应对办理过程中的问题。提升学生人员招聘、培训、岗位职责设定和绩效考核的管理能力，打造高效团队。帮助学生掌握品牌特色打造的方法，包括品牌定位、视觉识别设计、产品差异化和用户体验创新等技能。

素养目标：培养学生的创业精神和创新意识，提高学生解决实际问题的能力和团队协作能力。增强学生的市场洞察力和风险意识，使其在创业过程中能够做出明智的决策。

3. 教学方法

讲授法：在课程定位、理论知识讲解等环节，通过清晰的阐述和举例，向学生传授咖啡店创业的基本概念、原理和方法，如讲解成本核算的项目构成、证照办理的法规要求等。

案例教学法：引入大量实际咖啡店创业案例，包括成功与失败的案例。在单店选址、人员管理、品牌建设等教学内容中，组织学生分析案例，讨论案例中采取的策略及其效果，引导学生从案例中总结经

验教训，培养学生分析和解决问题的能力。

模拟实践法：利用模拟经营软件或搭建模拟咖啡店场景，让学生在虚拟环境中进行咖啡店的筹备与运营实践。在单店选址、成本核算、人员管理等教学模块，学生通过模拟操作，应用所学知识进行决策和管理，提升实践操作能力。

实地考察法：安排学生实地考察不同类型的咖啡店，观察店铺的选址、店内布局、人员工作状态、品牌呈现等实际情况。邀请咖啡店经营者分享经验，让学生直观感受咖啡店的运营氛围，加深对理论知识的理解。

项目驱动法：在品牌特色打造和综合实践教学环节，布置品牌特色设计、咖啡店运营方案制定等项目任务。学生以小组形式完成项目，在项目实施过程中综合运用所学知识，培养团队协作和创新能力。

4. 教学内容设计

(1) 完成单店选址与成本核算

选址因素：选址需综合考虑多方面因素。人流量是关键，繁华商业街、购物中心、写字楼附近等人流量大的地方，能为咖啡店带来更多的潜在顾客。消费群体也至关重要，不同区域的消费群体有不同的消费习惯和偏好，例如学校周边主要是学生群体，他们可能更注重价格和环境氛围；商务区则以上班族为主，对咖啡的品质和便捷性有较高要求。租金水平直接影响开店成本，要根据预算合理选择合适租金的店铺位置。周边竞争情况也不容忽视，如果周边已有多家知名咖啡店，新开店的竞争压力就会较大，需要评估自身的竞争力和差异化优势。

成本核算：成本核算涵盖的具体项目包括固定成本和变动成本。固定成本有房租、设备采购、装修费用等；变动成本包含原材料采购、员工工资、水电费等。准确进行成本估算，需要学生收集市场上各类成本的价格信息，例如不同品牌咖啡机的价格、咖啡豆的批发价格等。在控制成本方面，要学会合理规划装修风格和设备配置，避免过度投入；与供应商建立良好的合作关系，争取更优惠的采购价格；优化员工排班，提高工作效率，降低人力成本。

办理开店全流程证照：开店涉及的证照众多，工商登记是开店的

第一步,需要准备好公司章程、股东身份证明、注册地址证明等材料,到当地工商行政管理部门办理营业执照。食品经营许可是咖啡店必须具备的证照,办理时要提交食品经营许可证申请书、主要设备设施布局、操作流程等资料,同时要确保店铺的卫生条件和食品安全管理符合相关标准。消防环保方面,要根据店铺的面积和布局,配备相应的消防设施和器材,并通过消防部门的验收;环保方面,要做好污水排放、垃圾分类等工作,办理相关的环保手续。在整个证照办理过程中,要注意材料的准确性和完整性,按照规定的流程和时间节点办理,避免延误开店时间。

(2) 制定人员标准化管理方案

人员招聘:招聘渠道可以多样化,包括线上招聘平台、校园招聘、行业论坛等。招聘技巧方面,要明确岗位要求,制定合理的招聘标准,通过面试、实际操作考核等环节选拔合适的人才。

员工培训:培训内容涵盖咖啡制作技能、服务礼仪、店铺运营知识等。培训方法可以采用理论教学、实践操作、案例分析等相结合的方式,让员工在学习中不断提高自己的能力。

岗位职责设定:要根据店铺的运营流程和工作需求,合理设定各个岗位的职责,明确每个岗位的工作内容和工作标准,确保店铺的各项工作能够高效、有序地进行。

绩效考核:制定科学合理的绩效考核方案,以工作业绩、工作态度、团队合作等为考核指标,定期对员工进行考核,根据考核结果进行奖励和惩罚,激励员工积极工作,提高工作效率和服务质量。

(3) 品牌定位策略

①市场调研方法:运用 SWOT 分析工具

优势(Strengths)方面:详细梳理自身所具备的优势资源,比如若有独家的优质咖啡豆供应渠道,其咖啡豆品质在风味、香气等方面优于市场常见品种,且采购成本相对较低,这就能成为在产品品质把控与成本控制上的一大优势。再如,拥有专业且经验丰富的咖啡师团队,他们具备精湛的咖啡制作技艺,能制作出多种独特风味的咖啡饮品,这在产品呈现和顾客体验上具备竞争力。

劣势（Weaknesses）方面：客观分析自身存在的不足之处，例如资金相对有限，可能导致无法在黄金地段租赁大面积店铺，或者无法购置最先进、高端的咖啡制作设备等。又或者是品牌初入市场，知名度较低，缺乏忠实的顾客群体，需要花费更多成本去进行品牌推广等情况。

机会（Opportunities）方面：结合新时代人群咖啡消费习惯数据来看，这一群体消费力强劲且消费意愿高，年均咖啡消费杯数呈上升趋势，对新鲜、独特口味以及具有社交属性的咖啡产品需求旺盛。同时，社交媒体的快速发展也为新品牌的传播提供了低成本、高效的平台，可借助线上渠道进行品牌推广和新品宣传，吸引更多目标客群关注。

威胁（Threats）方面：当前咖啡市场竞争激烈，头部连锁品牌已占据较大市场份额，它们凭借强大的品牌影响力、成熟的运营模式和广泛的门店布局，对新品牌形成挤压态势。而且消费者对于咖啡品牌的忠诚度在一定程度上较难建立，容易受到价格、新品推出等因素影响而转换品牌，这些都是需要考量的外在威胁因素。通过全面分析 SWOT 的各个维度，进而找出市场空白或差异化竞争的切入点，确定品牌的差异化定位方向。

②案例解析

对比“%Arabica”的空间美学定位：“%Arabica”将空间美学作为核心定位元素，其店铺在选址上多倾向于具有独特文化氛围或人流量大的地标性区域，如在京都、上海等地的繁华街区或旅游景点周边。店内设计以极简风格为主，采用大量白色、原木色等自然色调，搭配通透的玻璃隔断，营造出开阔、明亮且极具艺术感的空间氛围。这种空间设计不仅为顾客提供了舒适惬意的消费环境，还吸引了众多顾客前来拍照打卡，借助社交媒体的传播，进一步提升了品牌的知名度和影响力，使其在众多咖啡品牌中脱颖而出，成为咖啡爱好者们热衷打卡的“网红”品牌之一，也支撑起了相对较高的客单价。

对比“BlueBottle”的精品咖啡定位：“BlueBottle”则专注于精品咖啡领域，从咖啡豆的源头把控品质，精选优质产区的咖啡豆，并采用独特的烘焙工艺，确保每一杯咖啡都能呈现出最佳的风味。其店铺装修风格简约而不失质感，注重营造专业、专注的咖啡制作氛围，

店内常常展示咖啡豆的烘焙过程以及咖啡制作的专业器具等，向顾客传递出精品咖啡的专业形象和独特价值。在服务方面，店员会为顾客详细介绍咖啡的产地、风味特点以及冲泡方法等专业知识，让顾客在品尝咖啡的同时，也能深入了解咖啡文化，这种定位吸引了对咖啡品质有较高追求、愿意为高品质咖啡支付较高价格的消费群体，打造出了属于自己的忠实顾客圈层。通过对这两个品牌在定位、空间、产品及服务等多方面的对比分析，帮助学员深入理解不同定位策略下的品牌打造模式和运营要点。

③实操训练：完成《品牌差异化定位分析表》

竞品分析：需要全面收集市场上主要竞品的相关信息，比如星巴克、瑞幸等知名品牌以及同类型定位的小众咖啡品牌。分析它们的品牌形象塑造方式，像星巴克通过全球统一的绿色标志、舒适的第三空间打造以及丰富的周边产品，塑造出高端、温馨且具有文化底蕴的品牌形象；瑞幸则凭借蓝色主色调、便捷的线上线下融合模式以及高频的新品推出，打造出年轻、时尚、便捷的品牌形象。同时关注竞品的产品价格带，星巴克的咖啡价格相对较高，主打中高端市场，瑞幸则有多种价格层次的产品，覆盖更广泛的消费群体。还要分析竞品的核心产品特色，例如星巴克的拿铁、馥芮白等经典产品，瑞幸的生椰拿铁等爆款产品，以及它们的产品更新频率、市场推广策略等内容，以此找出竞品的优势和自身可突破的差异化方向。

客群需求：运用多种调研方法，如问卷调查、线下访谈、线上社区互动等，深入了解目标客群的需求。对于上班族群体，可能更看重咖啡的便捷性、提神效果以及搭配早餐或下午茶的适配性；对于年轻学生群体，可能更关注咖啡的新奇口味、高颜值外观以及是否具有社交分享价值等。通过对不同细分客群需求的梳理，按照重要程度、满意度等维度进行分类，比如运用 KANO 模型，将需求分为基本型需求（如咖啡的基本口感、卫生情况）、期望型需求（如独特的口味搭配、舒适的消费环境）和兴奋型需求（如限量版的包装、专属的定制服务）等，从而明确品牌在满足客群需求方面的重点方向。

自身优势：从多个角度盘点自身优势，包括但不限于独特的咖啡豆配方，如果有自主研发的混合咖啡豆，能调配出独一无二的风味，这就是产品口味上的优势；若店铺位置处于具有特定消费人群优势的

地段，比如在艺术园区内，周边汇聚了众多文艺工作者和创意人士，那在吸引这类具有较高审美和消费格调的客群上就具备地理优势；还有团队成员的专业背景，若有成员具备国际咖啡赛事获奖经历，或者有丰富的市场营销经验，都可以转化为品牌运营和推广上的优势。通过对这三要素的详细分析填写《品牌差异化定位分析表》，为品牌的精准定位提供有力依据。

（4）视觉识别系统构建

①品牌符号设计

讲解 LOGO 设计原则（如星巴克美人鱼的记忆点塑造）：

独特性原则：以星巴克的美人鱼标志为例，其美人鱼形象在全球咖啡品牌标志中具有极高的辨识度，与其他品牌标志形成鲜明区分。美人鱼的造型、姿态以及细节描绘都经过精心设计，并非是常见的、容易与其他元素混淆的形象，这使得顾客在看到这个标志时，能迅速将其与星巴克品牌联系起来，即使在众多品牌标识同时出现的场景中，也能脱颖而出，被轻易识别。

简洁性原则：星巴克的美人鱼标志整体构图简洁明了，没有过多复杂的线条和装饰元素，便于记忆和传播。简洁的设计使得标志在不同尺寸、不同媒介上应用时，都能保持清晰、可识别的状态，无论是在门店招牌上的大型展示，还是在咖啡杯、包装等小型物品上的印制，都不会因为过于复杂而影响视觉效果或造成识别困难。

关联性原则：美人鱼形象与咖啡品牌之间存在一定的内在关联，它可能寓意着咖啡所具有的那种神秘、迷人的魅力，就像美人鱼在传说中充满吸引力一样，让顾客在看到标志时，能联想到星巴克咖啡所带来的独特体验和美好感受，从而强化了品牌与产品在顾客心中的印象，使品牌符号更好地承载品牌内涵，助力品牌传播。

②空间设计要素

分析以“Seesaw”为例的工业风设计逻辑：

空间布局方面：“Seesaw”采用工业风的空间设计，常运用开放式的空间布局，打破传统咖啡店的封闭格局，营造出宽敞、通透的视觉感受。店内的座位设置灵活多样，有适合单人使用的高脚吧台座位，

方便顾客快速享用咖啡；也有多人的休闲桌椅组合，适合朋友聚会、商务洽谈等场景，满足不同顾客的需求。同时，通过合理规划点单区、制作区、休息区等功能区域的位置和面积，优化顾客的行动路线，提高服务效率。

装饰元素方面：大量运用裸露的天花板管线、原始的水泥墙面、复古的金属材质吧台等元素，展现出工业风的粗犷质感和随性氛围。搭配暖色调的灯光设计，在硬朗的工业风格基础上增添了温馨、舒适的气息，使整个空间既具有个性又不失亲和力。这些装饰元素不仅在视觉上形成独特的风格，还能降低装修成本，同时向顾客传递出一种质朴、回归本真的咖啡文化理念，吸引追求个性、崇尚自然风格的年轻消费群体。

色彩搭配方面：整体以灰色、黑色等冷色调为主，再辅以木质元素的暖色调进行调和，形成鲜明的色彩对比，增强空间的层次感和视觉冲击力。这种色彩搭配与工业风的主题相契合，营造出沉稳、低调又不失活力的空间氛围，让顾客在店内能够获得独特的视觉体验，进而提升对品牌的好感度和记忆度。

分析以“%Arabica”为例的极简风设计逻辑：

空间布局方面：“%Arabica”的极简风空间设计注重空间的开放性和流畅性，通常采用简洁的几何形状进行空间划分，如方形、圆形等，减少不必要的隔断和阻碍，让顾客一进入店内就能对整体空间有清晰的视觉感受。店内的座位布置较为简约，以满足基本的使用功能为主，避免过多的繁杂设计，营造出一种宁静、纯粹的空间氛围，使顾客能够专注于咖啡本身的体验。

装饰元素方面：秉持极简主义理念，几乎没有多余的装饰，墙面多为白色或浅色系纯色，地面采用简洁的材质进行铺设，保持整体的简洁干净。店内的陈列也极为简洁，可能仅摆放一些与咖啡制作相关的基础器具，如磨豆机、手冲壶等，将顾客的注意力聚焦在咖啡的冲泡和品尝过程上，突出咖啡作为核心产品的地位，让顾客感受到纯粹的咖啡文化氛围，契合其追求高品质、纯粹咖啡体验的品牌定位。

色彩搭配方面：主要运用白色、米色等浅色系色彩，营造出明亮、清爽的空间感，偶尔搭配少量的黑色或金属色作为点缀，增加空间的

精致感和层次感，通过这种简洁而富有质感的色彩搭配，传递出品牌的高雅、简约的品牌形象，吸引对生活品质有较高追求、喜爱简约风格的消费群体。

③物料设计规范

制定统一的包装、杯套、员工制服设计标准：

包装设计：包装的材质选择要兼顾环保性和保护性，例如采用可降解的纸质材料，既能减少对环境的影响，又能确保咖啡产品在运输和携带过程中不受损坏。在设计风格上，要与品牌整体形象保持一致，若品牌定位是高端精品咖啡，包装可采用简约、精致的设计风格，运用高品质的印刷工艺，体现出品牌的质感；若是主打年轻时尚的咖啡品牌，包装则可以融入更多流行元素、活泼的色彩和创意的图案，吸引年轻消费者的目光。同时，包装上的品牌标识、产品信息等内容要清晰、准确地呈现，方便顾客了解产品详情。

杯套设计：杯套的尺寸要与咖啡杯的规格相匹配，确保贴合且能起到良好的隔热作用。在设计上，同样要突出品牌元素，比如将品牌标志醒目地展示在杯套正面，或者将品牌的标志性图案、口号等以创意的方式融入杯套设计中，使其成为品牌宣传的一个移动载体。杯套的颜色选择也要与品牌色系相协调，形成统一的视觉效果，当顾客手持带有品牌杯套的咖啡走在街上时，能够起到很好的品牌传播作用。

员工制服设计：制服的款式要考虑到员工的工作便利性和舒适度，例如咖啡师的制服要便于操作咖啡制作设备，服务员制服要方便行动、服务顾客。在设计风格上，要体现出品牌的特色和文化内涵，颜色通常选取品牌的主色调或与之相搭配的辅助色，使员工在店内形成一道统一的、具有辨识度的风景线。制服上可以适当添加品牌标志、名称等元素，增强品牌的展示效果，让顾客能够直观地感受到品牌的专业性和规范性，提升对品牌的整体印象。

（5）产品差异化策略

①风味矩阵搭建

建立咖啡豆产地-烘焙度-口感的三维坐标系：

咖啡豆产地维度：不同产地的咖啡豆具有各自独特的风味特点，

例如埃塞俄比亚的咖啡豆常常带有明亮的酸度、清新的花香和果香，像耶加雪菲产区的咖啡豆，有着明显的柑橘、茉莉等香气，这是由于当地的土壤、气候、海拔等自然条件赋予的独特风味；巴西咖啡豆则以醇厚的口感、较低的酸度以及浓郁的坚果、巧克力风味著称，这与其广袤的种植面积、丰富的种植经验以及特定的种植环境相关。哥伦比亚咖啡豆又呈现出酸度适中、口感平衡、带有焦糖和坚果风味的特点，是很多经典咖啡配方中的重要原料。通过对不同产地咖啡豆风味的了解和梳理，在产品研发中可以根据目标风味进行产地选择，实现风味的基础把控。

烘焙度维度：从浅烘到深烘，咖啡豆的风味会发生显著变化。浅烘咖啡豆保留了较多的原始风味，酸度较高，能展现出咖啡豆本身的水果、花香等清新风味，适合喜欢清新口感、追求咖啡原始风味的消费者；中烘咖啡豆在保留一定酸度的同时，发展出了更多的焦糖、坚果等风味，口感相对平衡，受众面较广；深烘咖啡豆经过较长时间的烘焙，酸度降低，呈现出浓郁的烟熏、巧克力、焦糖等醇厚风味，苦味较重，更受偏爱浓郁口感、喜欢搭配奶制品制作拿铁等饮品的消费者喜爱。根据不同的烘焙度特点，可以精准定位不同口味偏好的消费群体，打造多样化的产品系列。

口感维度：口感方面涵盖了多种风味描述，如前文提到的果香、花香、坚果、巧克力、烟熏等，还包括咖啡的醇厚度和酸度、甜度等要素。通过对这些口感要素的调配和组合，可以创造出丰富多样的咖啡风味体验。例如，一款以埃塞俄比亚浅烘咖啡豆为基础，搭配适当的烘焙度调整和独特的制作工艺，突出其清新的果香和适度的酸度，再加入少量的糖浆增加甜度，就能打造出一款适合夏季饮用、口感清新爽口的特色咖啡饮品。通过建立这样的三维坐标系，能够系统地分析、组合和创新咖啡的风味，为产品的差异化开发提供科学的框架。

②季节限定开发

参考“Peet'sCoffee”的南瓜拿铁季节性爆品策略：

产品研发阶段：“Peet'sCoffee”在开发南瓜拿铁时，首先会进行原料的筛选和配方研发。选用当季新鲜的南瓜，经过精心处理，将其制成细腻的南瓜泥，作为饮品的特色原料，同时搭配优质的浓缩咖啡、鲜牛奶以及适量的肉桂粉等香料，通过多次的口味测试和调整，

确定出最佳的原料比例，使南瓜的香甜、肉桂的独特香气与咖啡的醇厚风味完美融合，打造出具有浓郁秋日氛围的独特口感。

营销推广阶段：在产品上市前，会提前进行宣传预热，通过社交媒体发布新品预告、制作精美的海报和短视频，展示南瓜拿铁的诱人外观和独特风味，吸引消费者的关注和期待。推出期间，会结合季节特点，打造专属的营销活动，比如与万圣节、感恩节等节日相结合，推出节日套餐、限量版周边产品等，增加产品的趣味性和吸引力。同时，为会员提供专属的折扣优惠，鼓励老顾客尝新和复购，借助会员的口碑传播，扩大产品的影响力。

市场反馈与持续优化阶段：密切关注市场反馈，收集顾客的评价和意见，根据反馈对产品的口味、配方等方面进行持续优化。例如，如果部分顾客反映甜度较高，就会对南瓜泥的用量或糖浆的添加量进行适当调整，以更好地满足消费者的口味需求，提升产品的市场竞争力，使其在季节性限定产品中保持较高的热度和销量，成为品牌的标志性季节性爆品，也为其他品牌开发季节限定产品提供了很好的借鉴范例。

③周边衍生品开发

设计与品牌调性一致的咖啡器具、烘焙食品等：

咖啡器具方面：如果品牌定位是高端专业的咖啡体验，那么可以设计开发高品质的手冲咖啡套装，包括精美的手冲壶、滤杯、滤纸、分享壶等器具，在材质上选用优质的不锈钢、玻璃等，注重工艺细节，如手冲壶的出水流畅度、滤杯的导流设计等，使其不仅具备实用功能，还具有一定的收藏价值，外观设计上保持简约、精致的风格，与品牌的高端形象相契合。若品牌主打年轻时尚、便捷的咖啡消费，可设计一些创意的便携式咖啡杯，杯身采用流行的色彩和图案，方便顾客在出行时携带咖啡，同时具备良好的保温、密封性能，满足年轻消费者对于时尚和实用的双重需求。

烘焙食品方面：结合咖啡的口味特点，开发与之搭配的烘焙食品，如具有浓郁咖啡香气的提拉米苏蛋糕，其制作过程中融入适量的浓缩咖啡液，使蛋糕既有芝士的醇厚、可可粉的微苦，又有咖啡的独特风味，与咖啡搭配饮用相得益彰。或者制作咖啡味的曲奇饼干，将咖啡

粉融入饼干面团中，烤出的饼干带有淡淡的咖啡香，口感酥脆，作为咖啡的小食搭配，丰富顾客的消费体验。在包装设计上，这些烘焙食品也要遵循品牌的整体视觉规范，与咖啡产品形成统一的系列感，进一步强化品牌形象，通过周边衍生品的开发，拓展品牌的产品线，增加品牌的附加价值和盈利点。

5. 课时安排

（1）课程定位（2 课时）

教学内容：介绍咖啡行业的发展现状和未来趋势，分析行业竞争格局。详细解读“生存能力”定位的内涵，强调掌握创业流程对在咖啡行业立足的重要性。通过实际案例，展示成功创业的咖啡店在创业初期如何运用所学知识应对各种挑战。

教学活动：课堂讲授结合多媒体资料展示，引导学生讨论行业发展趋势对创业的影响。组织学生分享自己对咖啡行业创业的初步认识和困惑。

（2）核心能力目标（24 课时）

单店选址与成本核算（8 课时）

教学内容：讲解选址的关键因素，如人流量、消费群体、租金水平、周边竞争情况等，分析不同选址因素对咖啡店经营的影响。介绍成本核算的概念、具体项目（固定成本和变动成本）以及成本估算的方法，传授成本控制的策略和技巧。

教学活动：课堂讲授后，组织学生分组进行案例分析，讨论不同选址决策和成本控制方法的优劣。安排模拟实践活动，学生根据给定的市场数据和预算，进行单店选址和成本核算，并制定选址报告和成本预算方案。

开店证照办理（4 课时）

教学内容：详细介绍开店所需的各类证照，包括工商登记、食品经营许可、消防环保手续等的办理流程、所需材料和相关标准要求。强调办理证照过程中材料准备的重要性和注意事项。

教学活动：课堂讲授后，展示证照办理过程中常见问题的案例，组织学生讨论解决方案。让学生模拟证照办理流程，填写申请表格，

准备相关材料，教师进行现场指导。

人员标准化管理（12 课时）

教学内容：讲解人员招聘的渠道、技巧和招聘标准，员工培训的内容、方法和重要性，岗位职责设定的原则和方法，以及绩效考核的指标、方法和结果应用。

教学活动：课堂讲授后，组织学生分组进行招聘模拟活动，包括制定招聘计划、筛选简历、面试等环节。安排学生制定员工培训方案、岗位职责说明书和绩效考核方案，并进行小组间的交流和互评。

（3）打造品牌特色能力（16 课时）

教学内容：教授品牌定位的方法，引导学生运用 SWOT 分析和目标客群画像确定差异化定位方向。讲解视觉识别系统构建，包括品牌符号设计、空间设计要素和物料设计规范。传授产品差异化策略，如风味矩阵搭建、季节限定开发和周边衍生品开发。介绍用户体验创新的方法，包括服务动线设计、社群运营策略和数字化互动设计。培养学生持续创新意识，讲解建立新品试饮会制度、PDCA 循环流程和学习成功案例的重要性。

教学活动：课堂讲授结合案例分析，让学生分析知名咖啡品牌的定位、视觉设计、产品特色和用户体验。组织学生分组进行品牌特色设计项目，包括品牌定位、视觉识别设计、产品组合设计和用户体验方案设计。开展品牌诊断案例分析活动，让学生分析给定品牌的优势和不足，并提出改进建议。

（4）综合实践（6 课时）

教学内容：提供多个典型咖啡店品牌诊断案例，组织学生分组讨论，分析案例中品牌的定位、运营策略、人员管理等方面的问题，并提出解决方案。安排学生实地考察本地特色咖啡店，了解店铺的实际运营情况，包括选址、店内布局、人员服务、品牌特色等。组织学生参加品牌特色设计大赛，要求学生以小组为单位，设计包含视觉系统、产品组合、体验方案三部分的品牌特色方案。

教学活动：案例分析环节，教师引导学生运用所学知识进行深入分析，鼓励学生发表不同观点。实地考察前，教师明确考察任务和要

求；考察过程中，学生进行观察和记录；考察结束后，学生撰写《品牌特色分析报告》。品牌特色设计大赛中，学生进行方案设计和展示，教师和其他学生进行评价和打分，评选出优秀作品并给予奖励。

6. 教学评估

过程性评估（60%）：包括课堂表现（10%），观察学生在课堂讨论、案例分析、模拟实践等活动中的参与度、团队协作能力和问题解决能力；作业完成情况（20%），评估学生在单店选址报告、成本核算方案、人员管理方案、品牌特色设计方案等作业中的完成质量；实践操作表现（30%），根据学生在模拟经营、证照办理模拟、实地考察等实践环节中的操作熟练程度、决策合理性和问题应对能力进行评价。

终结性评估（40%）：课程考试（40%），采用开卷或闭卷考试的方式，考查学生对咖啡店创业流程实务的理论知识、实践技能和综合应用能力的掌握程度。考试内容涵盖课程的各个教学模块，包括选择题、简答题、案例分析题和论述题等题型。

（二）《咖啡店数字化运营实战》

1. 课程概述

《咖啡店数字化运营实战》课程聚焦于培养学生在咖啡行业数字化运营领域的专业能力。通过系统学习，让学生掌握数字化时代下咖啡店运营的核心技能与前沿知识，为其在咖啡行业从事数字化运营工作或创业提供有力支持。课程总时长为[X]课时，依据内容难度、行业实践需求以及能力培养目标进行科学合理的分配。

2. 教学目标

知识目标：使学生全面了解咖啡店数字化运营的理论知识，涵盖数字化营销、数据管理、线上运营平台、数字化工具应用等方面。熟悉各类数字化运营模式、数据指标含义及分析方法，掌握线上营销渠道的特点和运营规则，以及常见数字化工具的使用原理。

技能目标：培养学生运用数字化工具进行市场分析、精准营销、客户关系管理和店铺运营的实践能力。让学生能够熟练操作数据分析软件，对咖啡店铺的运营数据进行收集、整理和分析，依据数据结果

制定有效的营销策略和运营决策。提升学生利用线上平台进行品牌推广、产品销售和客户互动的能力，掌握线上店铺装修、商品上架、订单处理等操作技能。

素养目标：培养学生的数字化思维和创新意识，提高学生在数字化环境下解决实际问题的能力和团队协作能力。增强学生对市场变化的敏感度和适应能力，使其在咖啡行业的数字化浪潮中能够敏锐捕捉商机，做出明智的运营决策。

3. 教学方法

讲授法：在课程理论知识讲解环节，通过清晰阐述和举例，向学生传授咖啡店数字化运营的基本概念、原理和方法。例如讲解数据分析的基本指标、线上营销的策略和数字化工具的功能等。

案例教学法：引入大量实际咖啡店数字化运营案例，包括成功与失败的案例。在数字化营销、数据管理等教学内容中，组织学生分析案例，讨论案例中采取的策略及其效果，引导学生从案例中总结经验教训，培养学生分析和解决问题的能力。

模拟实践法：利用模拟运营软件或搭建线上模拟咖啡店平台，让学生在虚拟环境中进行咖啡店的数字化运营实践。在数字化营销活动策划、线上店铺运营等教学模块，学生通过模拟操作，应用所学知识进行决策和管理，提升实践操作能力。

项目驱动法：布置数字化运营项目任务，如咖啡店线上营销方案策划、会员体系设计等。学生以小组形式完成项目，在项目实施过程中综合运用所学知识，培养团队协作和创新能力。

实地考察法：安排学生实地考察数字化运营效果较好的咖啡店，观察其线上线下融合的运营模式、数字化设备的应用等实际情况。邀请咖啡店运营人员分享经验，让学生直观感受数字化运营在实际中的应用，加深对理论知识的理解。

4. 教学内容设计

（1）数字化运营基础

①行业趋势与数据洞察

深入解析咖啡行业数字化转型现状，如当前超 70% 的咖啡品牌拥有线上销售渠道，线上销售额年增长率达 30%。阐述数字化运营对咖啡企业在提升销售额、拓展客户群体等方面的显著作用。通过分析行业数据，如不同年龄层消费者线上购买咖啡的频率（新时代人群每月购买 4-6 次，中青年每月 2-3 次）、各线上平台的流量占比（外卖平台占 40%，社交媒体平台占 30%，电商平台占 20%等），让学生直观感受行业数字化趋势。

②核心概念与工具实操

详细讲解数字化营销、数据管理、线上运营平台等概念，结合星巴克 APP 月活用户达 500 万，其通过精准推送实现用户复购率提升 20% 的案例，加深学生理解。介绍常用数字化工具，如 GoogleAnalytics 可精准监测网站流量来源，让学生掌握工具基本操作，学会利用工具分析数据，如分析店铺页面的跳出率、用户停留时间等指标。

（2）数字化营销实战

多渠道营销深度解析

社交媒体营销：以瑞幸咖啡在小红书发布推广笔记，单篇最高点赞量达 10 万+为例，讲解不同社交媒体平台（微信、微博、抖音、小红书）的营销策略。分析各平台用户画像，如小红书女性用户占比超 70%，且多为年轻消费者，更适合发布高颜值咖啡产品图片和创意文案。通过数据对比，展示不同平台的营销效果差异，引导学生根据品牌定位选择合适平台。

搜索引擎优化（SEO）：讲解 SEO 原理，如通过优化关键词提高网站在搜索引擎的排名。以某咖啡店优化关键词后，网站流量在 3 个月内提升 50% 为例，教授学生关键词研究方法，如利用关键词工具分析搜索热度、竞争度等，掌握页面优化技巧，如合理设置标题、描述、关键词密度等。

电子邮件营销：介绍电子邮件营销流程，通过数据说明邮件打开率（平均打开率 15-20%）、点击率（平均点击率 3-5%）等指标。以星巴克定期向会员发送邮件，带来 10-15% 的销售额增长为例，讲解如何设计吸引人的邮件内容，包括标题撰写技巧（标题含有“专属优惠”等词汇可提高打开率）、邮件布局、个性化推荐等。

（3）营销计划制定与执行

教授学生制定数字化营销计划，引导学生通过市场调研收集数据，如目标客户群体的年龄分布（20-35 岁占比 60%）、消费偏好（拿铁类饮品偏好度达 50%）等。根据调研数据设定营销目标，如在 3 个月内将品牌知名度提升 30%，线上销售额增长 20%。制定具体营销方案，包括选择营销渠道、策划营销活动等，并明确效果评估指标，如广告点击率、转化率等。组织学生模拟执行营销计划，通过实际操作掌握营销技巧。

（4）案例剖析与经验借鉴

选取多个成功案例，如 Manner 咖啡通过社交媒体口碑营销，粉丝量在 1 年内增长 200 万，带动线下门店客流量增长 40%。深入剖析案例中的营销策略，分析数据指标背后的营销逻辑，如粉丝增长与互动量的关系（互动量每增加 10%，粉丝增长 5%）。组织学生讨论案例，总结可借鉴经验，引导学生将其应用到实际项目中。

（5）数据驱动运营决策

①数据收集与整理

介绍数据收集途径，如线上店铺后台数据（订单量、客单价、商品销量等）、社交媒体数据（粉丝增长数、点赞评论数等）、市场调研数据（问卷调查、访谈等）。以某咖啡店通过收集外卖平台数据，发现午餐时段订单量占比 30%，且客单价较高，从而调整产品组合和营销策略为例，讲解数据收集工具的使用，如利用百度统计收集网站流量数据，用问卷星进行市场调研。教授学生数据清洗和整理方法，确保数据准确性。

②数据分析方法与指标应用

系统讲解数据分析指标，如销售额、客单价、复购率（行业平均复购率 15-20%）、库存周转率（平均每月 2-3 次）等。以某咖啡店分析发现某款咖啡产品复购率低，但客单价高，通过调整营销重点，提高了整体销售额为例，介绍数据分析方法，如描述性统计分析（计算均值、中位数等）、相关性分析（分析客单价与产品销量的相关性）、趋势分析（分析销售额随时间的变化趋势）等，让学生学会运用数据分析为运营决策提供支持。

③基于数据的决策实践

以实际咖啡店运营数据为基础,引导学生根据数据分析结果进行决策。如根据销售数据发现某季节特定口味咖啡销量增长 30%,学生可决策增加该口味咖啡的原料采购量、调整库存管理策略等。组织学生分组讨论案例,根据数据制定运营决策方案,并进行效果评估和优化,提升学生数据驱动决策能力。

(6) 线上店铺运营与管理

①店铺搭建与装修

介绍主流线上店铺搭建平台,如淘宝、微信小程序、有赞等。以有赞微商城为例,讲解店铺搭建流程,包括店铺模板选择、页面布局设计等。通过数据对比不同店铺装修风格的转化率(简约风格转化率比复杂风格高 15%),教授学生装修技巧,如图片处理(高清图片可提升点击率 20%)、商品展示方式(多图展示比单图展示购买转化率高 30%)等,让学生掌握打造吸引人店铺页面的方法。

②订单处理与客户服务

讲解线上店铺订单处理流程,包括订单接收、审核、发货、售后等环节。以某咖啡店通过优化订单处理流程,将订单处理时间缩短 30%,客户满意度提升 25%为例,介绍订单管理系统的使用。强调客户服务的重要性,通过数据展示客户服务对店铺口碑的影响(客户投诉处理及时率达 90%以上,店铺评分可提升 1-2 分),教授学生客户沟通技巧和投诉处理方法,提高客户满意度。

③运营策略与优化

分析线上店铺运营策略,如提高流量的方法(搜索引擎优化可带来 20-30%的自然流量增长)、提升转化率的技巧(设置限时折扣可使转化率提高 20-30%)、客户留存策略(会员制度可使客户留存率提高 30-40%)等。以某咖啡店通过优化商品详情页,转化率提升 15%为例,引导学生根据店铺数据优化运营策略,如根据流量来源调整推广重点,根据转化率优化商品价格和促销活动等。

(7) 数字化会员体系与客户关系管理

①会员体系设计

讲解数字化会员体系设计原则,包括会员等级设定(如普通会员、银卡会员、金卡会员)、权益设计(积分兑换、折扣优惠、优先购买权)、积分规则制定等。以星巴克会员体系为例,其金卡会员消费频次比普通会员高 40%,消费金额高 50%,分析会员体系对客户忠诚度和消费行为的影响。组织学生设计会员体系,根据目标客户群体和品牌定位确定会员等级和权益,通过实践掌握会员体系设计方法。

②客户关系管理

介绍客户关系管理概念和重要性,讲解客户数据分析方法,如客户画像构建(年龄、性别、消费习惯等)、客户生命周期分析(新客户、活跃客户、流失客户等)。以某咖啡店通过分析客户画像,发现某类客户群体消费潜力大,针对性开展营销活动,使该群体消费金额增长 30%为例,教授学生客户沟通策略和投诉处理技巧,提高客户满意度和忠诚度。

③实践与应用

组织学生分组模拟运营咖啡店,建立数字化会员体系,制定客户关系管理策略。通过模拟数据,如会员注册量、消费金额、客户投诉率等,检验会员体系和客户关系管理策略的效果。各小组根据模拟结果优化策略,展示成果并分享经验,提升学生实际操作能力。

(8) 数字化运营创新与案例分析

①创新模式与技术应用

介绍数字化运营创新模式,如人工智能在咖啡制作中的应用(智能咖啡机可实现咖啡品质稳定性提升 20%)、线上线下融合玩法(咖啡快闪店结合线上预约,参与人数增长 50%)、新兴技术在营销中的应用(AR 咖啡拉花体验活动参与率达 80%)等。通过案例分析,让学生了解创新模式的应用场景和效果,激发学生创新思维。

②案例深度剖析

选取多个创新案例,如某小众咖啡店通过社群运营,粉丝数量在半年内增长 150%,带动销售额增长 80%。深入剖析案例中的创新点、实施过程和面临的挑战,分析数据指标(如社群活跃度、用户参与度、销售额增长幅度)的变化。组织学生讨论案例,总结经验教训,引导

学生将创新理念应用到实际项目中。

③创新项目设计

安排学生分组进行创新项目设计，如设计新的数字化营销模式、优化会员体系等。各小组制定项目计划，包括项目目标（如在2个月内将品牌知名度提升50%）、实施步骤、预期效果评估指标（如粉丝增长数、销售额增长比例）等。在教师指导下进行项目实践，鼓励学生运用创新思维解决问题，培养学生创新能力和实践能力。

5. 课时安排

（1）数字化运营基础（6 课时）

教学内容：介绍咖啡行业数字化运营的发展现状和未来趋势，分析数字化运营对咖啡店的重要性。讲解数字化运营的基本概念，包括数字化营销、数据管理、线上运营平台等。介绍常见的数字化工具，如数据分析软件、社交媒体营销工具、线上店铺管理系统等。

教学活动：课堂讲授结合多媒体资料展示，引导学生讨论行业数字化趋势对咖啡店运营的影响。组织学生分享自己对咖啡行业数字化运营的初步认识和困惑。安排学生进行简单的数字化工具试用，了解其基本功能。

（2）数字化营销实战（12 课时）

教学内容：讲授数字化营销的渠道和策略，包括社交媒体营销、搜索引擎优化（SEO）、电子邮件营销、线上广告投放等。讲解如何制定数字化营销计划，进行目标客户定位、营销内容创作和营销效果评估。分析成功的数字化营销案例，如瑞幸咖啡的线上营销模式，学习其品牌推广、新品营销和客户互动的策略。

教学活动：课堂讲授后，组织学生分组进行案例分析，讨论不同数字化营销渠道的优缺点和适用场景。安排学生制定咖啡店数字化营销计划，并进行小组展示和互评。邀请行业专家分享数字化营销实战经验，解答学生的疑问。

（3）数据驱动的运营决策（12 课时）

教学内容：讲解数据收集和整理的方法，包括数据来源、数据收集工具和数据清洗技巧。介绍数据分析的基本指标和方法，如销售数

据、客户数据、市场数据的分析。传授如何利用数据分析进行运营决策，如产品定价、库存管理、营销策略调整等。

教学活动：课堂讲授后，提供实际咖啡店运营数据，让学生进行数据收集、整理和分析操作。组织学生分组讨论数据分析结果，并根据结果制定运营决策方案。开展数据分析竞赛，评选出最佳分析方案，激发学生的学习积极性。

（4）线上店铺运营与管理（12 课时）

教学内容：介绍线上店铺的搭建和装修，包括店铺页面设计、商品上架和展示。讲解线上店铺的订单处理、客户服务和物流管理。分析线上店铺的运营策略，如店铺流量提升、转化率优化、客户留存等。

教学活动：学生在模拟线上店铺平台上进行店铺搭建和运营实践，包括店铺装修、商品管理、订单处理等操作。组织学生进行线上店铺运营策略的讨论和分享，互相学习经验。邀请线上店铺运营专家进行指导，点评学生的实践成果。

（5）数字化会员体系与客户关系管理（8 课时）

教学内容：讲授数字化会员体系的设计和管理，包括会员等级设定、会员权益设计、会员积分规则等。讲解客户关系管理的方法，如客户数据分析、客户沟通策略、客户投诉处理等。分析成功的会员体系和客户关系管理案例，学习其提升客户忠诚度和复购率的策略。

教学活动：课堂讲授后，组织学生分组设计咖啡店数字化会员体系，并进行小组展示和互评。安排学生模拟客户关系管理场景，进行客户沟通和投诉处理的实践。邀请企业客户关系管理专家分享经验，解答学生的疑问。

（6）数字化运营创新与案例分析（6 课时）

教学内容：介绍数字化运营的创新模式，如人工智能在咖啡行业的应用、线上线下融合的新玩法等。分析多个典型咖啡店数字化运营案例，包括不同规模和定位的咖啡店，讨论其数字化运营的策略和效果。组织学生进行案例分析和讨论，培养学生的创新思维和解决问题的能力。

教学活动：课堂讲授后，组织学生分组进行案例分析，讨论案例

中数字化运营的创新点和可借鉴之处。安排学生进行创新项目设计，提出自己对咖啡店数字化运营的创新想法和方案。开展创新项目展示和评选活动，鼓励学生积极创新。

6. 教学评估

过程性评估（60%）：包括课堂表现（10%），观察学生在课堂讨论、案例分析、模拟实践等活动中的参与度、团队协作能力和问题解决能力；作业完成情况（20%），评估学生在数字化营销计划、数据分析报告、线上店铺运营方案等作业中的完成质量；实践操作表现（30%），根据学生在模拟运营、线上店铺搭建、客户关系管理模拟等实践环节中的操作熟练程度、决策合理性和问题应对能力进行评价。

终结性评估（40%）：课程考试（40%），采用开卷或闭卷考试的方式，考查学生对咖啡店数字化运营实战的理论知识、实践技能和综合应用能力的掌握程度。考试内容涵盖课程的各个教学模块，包括选择题、简答题、案例分析题和论述题等题型。

（三）产教融合特色设计

1. 企业真场景

瑞幸咖啡门店运营系统功能模块

选址算法：瑞幸的选址算法基于大数据分析，综合考虑了人口密度、人流量、消费水平、交通状况、周边商业环境等多方面因素。通过对大量数据的挖掘和分析，为门店找到最佳的位置，提高门店的盈利能力。

品控 SOP：品控 SOP 涵盖了咖啡豆采购、烘焙、研磨、冲泡等各个环节的质量控制标准与操作流程。例如，对咖啡豆的产地、品种、新鲜度有严格的要求；在烘焙过程中，要控制好温度、时间等参数，确保咖啡豆的口感和香气；在冲泡环节，要按照标准的比例和时间进行操作，保证每一杯咖啡的品质稳定。

课程教学应用：在课程教学中，通过模拟操作让学生在虚拟的环境中体验瑞幸咖啡门店运营系统的使用方法，熟悉各个功能模块的操作流程；安排学生到瑞幸咖啡门店进行实地观摩，观察门店的实际运营情况，了解系统在实际工作中的应用；对瑞幸咖啡的成功案例进行

解析,让学生深入理解企业运营系统的优势和作用,培养学生的实际操作能力和解决问题的能力。

2. 教学真数据

使用脱敏数据的必要性和优势:使用瑞幸区域门店脱敏数据作为教学案例具有多方面的必要性和优势。数据的真实性能够让学生接触到实际的商业数据,了解行业的真实情况;时效性保证了数据能够反映当前市场的动态和趋势;代表性则使数据能够涵盖不同类型的门店和市场情况,具有广泛的参考价值。通过使用这些数据进行教学,能够让学生更好地理解和应用所学的知识,提高他们的实际操作能力和决策能力。

案例分析应用:在教学案例分析中,可以运用客单价、坪效、爆品销量等脱敏数据。例如,通过分析客单价数据,了解不同时间段、不同门店的顾客消费能力和消费偏好,为制定营销策略提供依据;分析坪效数据,评估门店的运营效率和空间利用情况,找出存在的问题并提出改进措施;研究爆品销量数据,了解哪些产品受欢迎,分析其成功的原因,为产品研发和推广提供参考。通过对这些数据的分析,引导学生从数据中发现问题、分析规律、制定决策,提高学生基于数据的运营管理能力。

3. 成果真落地

(1) “30 m²社区店开店计划书”内容框架与要求

市场分析:包括社区的人口数量、年龄结构、消费习惯、消费能力等方面的分析,以及周边咖啡店的竞争情况分析。

产品定位:明确咖啡店的产品种类、品质、价格定位,以及与竞争对手的差异化优势。

营销策略:制定线上线下的营销推广方案,如社交媒体营销、会员制度、促销活动等,提高店铺的知名度和客流量。

财务预算:对开店的各项成本进行估算,包括房租、装修、设备采购、原材料采购、员工工资等,制定合理的资金预算和盈利预测。

(2) 企业参与评审与择优孵化机制

评审标准与流程：企业参与评审的标准主要包括开店计划书的可行性、创新性、市场竞争力等方面。评审流程包括学生提交开店计划书、企业专家进行初步评审、现场答辩、最终评审等环节。

择优孵化机制与后续支持措施：对于评审优秀的开店计划书，企业将提供择优孵化的机会，包括资金支持、技术指导、品牌授权等。同时，企业还将为孵化项目提供后续的运营支持，如供应链管理、市场营销策划、人员培训等，确保学生的学习成果能够转化为实际的创业项目，实现从校园到市场的有效衔接

四、精研深耕——打造学校咖啡专业特色课程

（一）构建特色课程体系

深度融合行业需求：密切关注咖啡行业动态，定期调研市场趋势与企业需求。与瑞幸、星巴克等知名企业合作，邀请企业专家参与课程设计，将最新的行业标准、技术和实践案例融入课程。在“咖啡店创业流程实务”课程中，依据企业实际经验，详细讲解选址、成本核算、人员管理等环节，确保课程内容与行业需求匹配度达 90%以上。

优化课程结构设置：整合基础课程与专业课程，避免内容重复，突出重点与实用性。增加选修课程多样性，如“咖啡与健康”“咖啡艺术鉴赏”等，满足学生个性化发展需求。设置跨学科课程，融合市场营销、心理学、设计学等知识，培养学生综合素养。例如“咖啡品牌营销”课程，让学生掌握从品牌定位到推广的全流程知识。

（二）强化实践教学环节

建设校内实训基地：加大投入打造专业实训基地，模拟真实咖啡店运营环境，配备先进设备。设置咖啡制作、烘焙、门店运营等功能区，让学生在实践中熟悉各环节操作流程。制定完善的实训管理制度，安排专业教师指导，确保学生实训效果，使学生熟练掌握各类咖啡制作设备操作，提升实践技能。

开展校外实习合作：与多家优质咖啡企业建立长期合作关系，为学生提供实习机会。实习期间，学生参与企业实际工作，在实践中巩固知识、提升能力。加强实习管理与指导，安排校内教师与企业导师共同指导学生，定期沟通反馈，解决学生实习中遇到的问题，提高实习质量。

（三）打造专业师资队伍

培养校内骨干教师：选拔优秀教师参加国内外专业培训、学术研讨会，提升教学水平与专业素养。鼓励教师深入企业挂职锻炼，参与实际项目，积累实践经验，并将经验融入教学。教师每学年企业挂职锻炼时间不少于 1 个月，带回真实案例丰富教学内容。

引进企业兼职教师：聘请行业内经验丰富的专家、技术骨干担任兼职教师，承担部分实践课程教学与指导工作。定期举办讲座、开展案例分析，分享行业最新信息与实践经验，使学生接触到行业前沿知识，拓宽视野。

（四）丰富教学资源建设

开发特色教材与课件：组织教师与企业专家共同编写教材，结合行业实际与教学需求，融入最新案例与技术。制作精美的课件，运用图片、视频、动画等多种形式呈现教学内容，提高教学吸引力与趣味性。例如在讲解咖啡拉花技巧时，通过视频演示让学生更直观地学习。

利用数字化教学资源：搭建在线学习平台，提供丰富的课程资源，如在线课程、虚拟实验室、教学案例库等，方便学生自主学习与交流。引入虚拟现实（VR）、增强现实（AR）技术，模拟咖啡制作、门店运营场景，提升学生学习体验与参与度，增强教学效果。

（五）塑造课程品牌形象

设计独特品牌标识：打造具有咖啡专业特色的品牌标识，包括标志、标准字、标准色等，体现课程的独特价值与文化内涵。将品牌标识应用于课程宣传资料、教学用品、实训基地等，提升品牌辨识度与影响力，给学生、家长及行业人士留下深刻印象。

开展品牌宣传活动：利用学校官网、社交媒体、行业展会等渠道宣传课程特色与成果。举办咖啡文化节、技能竞赛等活动，展示学生作品与风采，吸引更多学生报考，提升课程的社会知名度与美誉度，树立良好的品牌形象。

五、打造课程品牌视觉 vi 设计

在咖啡师开店课程与现代数字化运营课程建设中，特色课程品牌视觉 VI 设计是塑造课程独特形象、提升品牌辨识度的关键环节。它通过统一且独特的视觉元素，将课程的核心价值、专业特色与教育理念直观地传达给学生、家长及行业人士，在教育市场中脱颖而出，吸引目标受众的关注。以“咖啡+教育”为基因，将校训精神与咖啡文化符号进行解构与重构，构建“专业、创新、传承”三位一体的视觉识别系统。通过符号化设计强化专业辨识度，形成“教学-实践-品牌”闭环，支撑“区域咖啡人才培养高地”建设。

（一）IP 设计：咖啡精灵“咖小创”

1. IP 形象设定

核心造型：以咖啡豆为基础形态，融入数字科技元素。拟人化的咖啡豆精灵，头部是一颗浅褐色的咖啡豆，表面纹理清晰可见，象征咖啡的醇厚底蕴；眼睛如两颗小咖啡豆，闪烁着智慧的光芒，体现专业与敏锐；身着带有电路板纹路的围裙，围裙上点缀着数据流图案，象征咖啡与科技的完美融合。整体造型圆润可爱，兼具科技感与亲和力，高度契合年轻学生群体的审美偏好。

角色背景：咖小创是一个诞生于咖啡与数字融合世界的 AI 精灵，它精通咖啡制作的每一个环节，从咖啡豆的烘焙到饮品的调配，从设备操作到品质把控，都能提供专业指导；同时也掌握着数字化运营的秘诀，如数据分析、智能营销、线上线下融合策略等。它的使命是帮助咖啡专业的学生在创业和运营的道路上顺利前行，为他们提供专业的指导和帮助，成为学生们的良师益友。

性格特点：咖小创性格活泼开朗，充满好奇心和探索精神，总是积极主动地帮助他人。它既具备专业的咖啡知识和技能，能够解答学生在咖啡制作过程中的各种疑问；又拥有数字化时代的创新思维，能够将传统咖啡文化与现代科技完美结合，为学生提供创新的解决方案。同时，它还具备幽默风趣的特质，能够在教学过程中营造轻松愉快的氛围，让学生们在快乐中学习。



2. IP 视觉设计

基础视觉系统

主色调：以深棕色（PANTONE16-1349TPX）为主，象征着咖啡的醇厚与专业，给人以稳重可靠的感觉；搭配科技蓝（PANTONE2767C），体现数字化的创新与活力，形成鲜明对比。

辅助图形：将咖啡豆的纹理与数据流的线条相结合，形成独特的辅助图形。咖啡豆纹理代表咖啡行业的传统工艺，数据流线条代表数字化技术，两者的结合寓意咖啡与科技的融合发展。

动态效果：在动画或交互场景中，咖小创的身体会有咖啡豆烘焙时的微光闪烁，模拟咖啡豆烘焙过程中的物理变化，增强真实感；同时伴有数据流的动态环绕，如蓝色的光带在身体周围流动，象征着数字化信息的传递与处理，增强了 IP 的科技感和趣味性。

应用场景设计

课程教材：在教材的封面、章节页等位置加入咖小创的形象，它可以作为引导员，带领学生进入咖啡知识的学习之旅。例如，在讲解咖啡烘焙时，咖小创会出现在章节页上，手持烘焙工具，展示烘焙过程中的关键步骤。

虚拟仿真系统：在虚拟仿真系统中，咖小创会全程陪伴学生进行咖啡制作和运营模拟。当学生进行拉花操作时，咖小创会实时显示拉

花技巧的提示和评分；在运营模拟中，咖小创会根据学生的决策给出数据分析和建议。

社交媒体：在社交媒体平台上，发布咖小创的日常故事、咖啡知识小视频等内容。例如，制作“咖小创的咖啡日记”系列短视频，展示它在不同场景下的咖啡制作过程和有趣经历，吸引粉丝关注，提升品牌的影响力。

校园活动：在校园咖啡文化节、技能竞赛等活动中，咖小创可以作为吉祥物，参与活动的策划和执行。例如，在拉花比赛中，咖小创担任评委，为选手们加油助威；在咖啡品鉴会上，咖小创介绍不同咖啡豆的风味特点。



3. IP 故事线开发

成长故事：咖小创的成长故事围绕着它在咖啡与数字世界中的冒险展开。它从一个小小的咖啡豆精灵，通过不断学习和探索，逐渐掌握了咖啡制作和数字化运营的技能。在成长过程中，它遇到了各种挑战和困难，比如在烘焙咖啡豆时遇到突发情况，在数字化运营中遭遇技术难题等。但凭借着自己的智慧和勇气，以及朋友们的帮助，最终克服了困难，成为了一名优秀的咖啡导师。例如，在一次烘焙比赛中，咖小创的咖啡豆突然出现烘焙不均匀的问题，但它通过仔细分析和调整烘焙参数，最终制作出了完美的咖啡豆，赢得了比赛。

互动剧情

创业挑战：咖小创会带领学生模拟咖啡店的创业过程，从选址、装修、采购到运营，每一个环节都需要学生和咖小创一起面对各种挑战。例如，在选址时，学生需要分析不同商圈的人流量、消费群体等数据，咖小创会提供数据分析工具和建议；在装修时，学生需要设计店铺的风格和布局，咖小创会展示不同风格的装修案例和效果模拟。

数字化谜题：在数字化运营的学习中，咖小创会设计一些有趣的谜题，学生需要运用所学的数据分析、智能营销等知识来解开谜题，完成任务。例如，在一个谜题中，学生需要根据销售数据调整库存策略，咖小创会提供数据图表和提示，帮助学生找到正确的解决方案。

咖啡文化探索：咖小创会带领学生探索世界各地的咖啡文化，了解不同国家和地区的咖啡历史、制作工艺和饮用习惯。例如，在探索巴西咖啡文化时，咖小创会展示巴西咖啡豆的种植过程和传统制作方法，学生可以通过虚拟仿真系统亲身体验巴西咖啡的制作过程。

4. IP 商业化开发

周边产品

实体产品：开发咖小创的玩偶、钥匙链、笔记本等实体周边产品。玩偶采用柔软的材质，造型可爱，适合学生和粉丝收藏；钥匙链小巧精致，方便携带；笔记本内页印有咖小创的形象和咖啡知识小贴士，既实用又具有教育意义。

虚拟产品：在虚拟仿真系统中，推出咖小创的虚拟皮肤、表情等

虚拟产品。虚拟皮肤可以改变咖小创的外观，如不同颜色的围裙、不同样式的帽子等；表情可以用于学生在系统中的互动交流，增加趣味性。

合作推广

品牌联名：与咖啡器具品牌、饮品原料供应商等进行联名合作，推出带有咖小创形象的联名产品。例如，与咖啡机品牌合作推出限量版咖啡机，机身上印有咖小创的形象和品牌标志；与咖啡豆供应商合作推出联名咖啡豆礼盒，礼盒包装上印有咖小创的图案和咖啡知识介绍。

公益活动：参与咖啡文化公益活动，如咖啡知识科普、环保倡议等。例如，在环保倡议活动中，咖小创会倡导使用可降解的咖啡杯，并展示环保咖啡杯的设计和制作过程；在咖啡知识科普活动中，咖小创会为社区居民讲解咖啡的历史和制作工艺，传递咖啡文化。

5. IP 管理与维护

形象授权：制定严格的 IP 形象授权管理制度，规范咖小创形象的使用范围和方式。例如，只有经过授权的企业或个人才能在其产品或服务中使用咖小创的形象，并且需要遵守相关的使用规范和标准。同时，建立形象授权的审核机制，确保使用咖小创形象的内容符合品牌的定位和价值观。

内容更新：定期更新咖小创的故事、形象和活动，保持其新鲜感和吸引力。关注咖啡行业和数字化领域的最新动态，将这些元素融入到咖小创的内容中。例如，当新的咖啡制作技术出现时，咖小创会学习并展示这种技术；当数字化领域有新的应用时，咖小创会尝试将其应用到咖啡运营中。

粉丝互动：建立咖小创的粉丝社群，通过社群与粉丝进行互动。例如，在社群中发布咖小创的最新动态、举办线上活动、解答粉丝的问题等。同时，收集粉丝的意见和建议，不断优化咖小创的形象和内容，使它更符合粉丝的期望和需求

（二）基础设计深度定制

1. 标志匠心设计

标志设计以咖啡豆与数字化电路线条为核心元素，进行创意融合：咖啡豆采用写实风格描绘，细腻展现其纹理与质感，象征课程对咖啡专业知识的扎实传承；电路线条以流畅且富有科技感的形态环绕咖啡豆，寓意现代数字化运营在咖啡行业的深度渗透。标志主色调选取深棕色与蓝色搭配。深棕色源自咖啡豆本身，传递出咖啡的醇厚、专业与传统底蕴；蓝色代表科技、创新与智慧，契合现代数字化运营课程的前沿性。辅助色选用金色，用于标志的细节点缀，如电路线条的高光部分或咖啡豆的边缘勾勒，增添精致感与品质感，使标志在展现专业的同时兼具时尚魅力。

2. 标准字专属打造

中文标准字设计融合咖啡文化与现代风格。笔画借鉴咖啡杯的圆润曲线，部分笔画末端进行加粗处理，形似咖啡豆，强化与咖啡主题的关联。字体整体粗细适中，给人稳重、可靠之感，体现课程的专业性和严谨性。英文标准字设计简洁流畅，字母间距经过精心调整，增强视觉美感。部分字母融入电路线条的元素，如“i”的点设计成电路节点形状，“e”的内部线条模仿电路走向，与标志中的电路元素相呼应，突出数字化特色。在颜色选择上，中文与英文标准字均采用深棕色，与标志主色调统一，确保品牌视觉的一致性。

3. 色彩规范精细制定

深棕色作为主色调，广泛应用于课程的各类宣传资料、教学用品及线上平台界面的重要元素上，如课程封面标题、重要按钮等，强化品牌的专业形象和咖啡文化内涵。蓝色用于辅助强调，在课程介绍页面的导航栏、图表装饰等位置使用，突出课程的数字化特性和创新精神。金色作为点缀色，应用于标志的细节、证书的边缘装饰以及重要活动的宣传海报上，提升品牌的品质感和吸引力。同时，制定色彩搭配规范，确保在不同背景和媒介上，三种颜色的组合都能保持清晰、协调的视觉效果，传达出专业、创新且富有品质的品牌形象。



（三）应用设计全面覆盖

1. 教学资料专业设计

课程教材封面以简洁的布局展示核心信息，左上角放置品牌标志，占据较小比例但突出醒目。书名使用较大字号的中文标准字，副标题用稍小字号且颜色为蓝色，增强层次感。背景采用淡棕色纹理，模拟

咖啡包装质感，搭配一张高清的咖啡制作场景图或数字化运营数据图表，直观体现课程内容。教材内页，章节标题使用深棕色中文标准字，加粗处理并置于页面上方，便于学生识别。正文部分采用清晰易读的字体，字号适中，行间距和段间距经过精心调整，确保阅读舒适。在涉及咖啡制作步骤、数字化运营流程等内容时，插入大量高清的实操图片、数据图表，并使用蓝色线条对关键步骤或重要数据进行标注，引导学生关注重点内容。页码位于页面底部右下角，采用金色数字，与整体风格相协调。

2. 校园宣传物料规范设计

宣传海报以品牌标志为视觉中心，周围环绕着学生参与咖啡制作实践、运用数字化工具进行运营模拟的场景照片，照片经过精心处理，色彩饱和度高，突出课程的活力与专业性。文字内容使用深棕色和蓝色字体，深棕色用于标题和重要信息，如课程名称、特色亮点等，蓝色用于补充说明和活动时间、地点等信息，清晰传达关键内容。宣传册采用多页设计，封面同样以标志和精彩的咖啡与数字化结合的图片吸引眼球。内页通过图文并茂的方式详细介绍课程设置、师资力量、教学成果等内容，运用大量的图表、案例分析和学生作品展示，增强宣传册的可读性和吸引力。在宣传册的装订处或边缘，使用金色线条装饰，提升整体品质感。

3. 线上平台界面设计

课程官方网站首页顶部为导航栏，采用深棕色背景，导航栏文字使用白色，与标志颜色相呼应，清晰展示课程介绍、课程特色、师资团队、学生作品、报名咨询等板块。首页主体部分以蓝色和深棕色为主色调，展示课程的精彩瞬间、优秀学生成果以及行业动态等内容，搭配简洁明了的文字介绍和高清图片，营造出专业、现代的氛围。内页布局根据不同板块内容进行设计，但保持整体风格的一致性，确保用户在浏览网站时能快速找到所需信息，同时感受课程的品牌特色。在官方社交媒体账号上，头像使用课程品牌标志，封面图片选取能体现课程特色的咖啡制作场景或数字化运营数据分析画面，发布的图文内容在排版、色彩搭配上遵循 VI 系统规范，使用深棕色、蓝色和金色作为主色调，确保品牌形象在网络平台上的统一展示，增强课程在

社交媒体上的传播力和影响力。



4. 配套教学 PPT 设计

封面页：以深棕色为背景，顶部用金色线条勾勒出咖啡豆和电路线条的抽象图案，中间放置课程名称，使用中文标准字，字号较大且颜色为白色，突出课程主题，下方用较小字号的英文标准字注明课程的英文名称，颜色为蓝色，展现课程的国际化与专业性。

目录页：背景采用淡蓝色，目录项使用白色字体，搭配金色的咖啡豆或电路图标，清晰呈现各板块内容，便于观众把握 PPT 架构。

内容页：整体风格统一，在介绍咖啡制作知识时，使用高清的咖啡制作图片，文字标题为深棕色，正文为黑色，重点内容用蓝色标注，突出重点信息；展示数字化运营案例时，运用数据图表和流程图，图表颜色以蓝色为主，搭配少量金色点缀，增强视觉效果。在展示学生作品或实践成果时，采用拼图形式，图片周围添加淡棕色边框，营造出精致的感觉。

结束页：延续封面风格，底部用金色线条绘制简单图案，中间用白色字体写感谢语，如“感谢观看！期待与您共同探索咖啡与数字化的精彩世界！”，强化品牌视觉印象。

5. 教案设计

教学目标：让学生全面理解咖啡师开店课程与现代数字化运营课

程的核心内容，掌握咖啡制作技能、店铺运营管理方法以及数字化工具的运用，培养学生的创新思维和实践能力，为未来从事咖啡行业相关工作或创业奠定坚实基础。

教学重难点：重点是深入讲解咖啡制作工艺、店铺运营流程以及数字化运营工具的使用技巧；难点是如何引导学生将理论知识与实际操作相结合，培养学生在复杂多变的市场环境中运用所学知识解决实际问题的能力。

教学方法：采用理论讲授、案例分析、实践操作、小组讨论相结合的教学方法。借助 PPT、教学视频、线上教学平台等多种教学资源进行教学，引导学生积极参与课堂互动，提高学习效果。

教学过程：课程导入部分，通过展示精彩的咖啡制作视频或成功的数字化运营案例，激发学生的学习兴趣。理论讲授环节，详细讲解课程的核心知识点，结合实际案例进行分析。实践操作部分，安排学生在模拟咖啡店内进行实际操作，或利用数字化工具进行运营模拟。小组讨论环节，组织学生就特定的咖啡行业问题或数字化运营案例进行讨论，培养学生的团队协作和创新思维能力。最后进行总结归纳，强化学生对重点知识的理解和掌握。



6. 宣传视频设计

“探索咖啡与数字化的无限可能”主题视频

开场：以咖啡豆在阳光下的特写镜头为背景，咖啡豆逐渐幻化成品牌标志，同时出现蓝色的电路线条围绕标志闪烁，搭配激昂的音乐，吸引观众注意力。随后，用简洁的文字介绍课程的名称和核心特色，如“咖啡师开店课程与现代数字化运营课程，开启咖啡行业的创新之旅”。

课程概况：展示校园内专业的咖啡实训教室和先进的数字化教学设备，镜头切换至教师授课和学生认真学习的场景，深棕色和蓝色的色调贯穿其中，旁白介绍课程的历史、教学理念和师资力量，突出课程的专业性和权威性。

课程特色：呈现咖啡制作实践课程的精彩瞬间，如学生熟练地进行拉花、萃取等操作，展示各种特色咖啡饮品的制作过程；同时展示学生运用数字化工具进行店铺运营数据分析、线上营销策划的场景，详细介绍课程在咖啡制作技艺和数字化运营方面的特色教学内容和创新方法，旁白配合画面讲解，让观众深入了解课程的独特之处。

学生成果：展示学生在各类咖啡技能竞赛中的获奖作品、成功创业的案例以及在合作企业实习的优秀表现，通过学生的亲身讲述和企业的高度评价，展现课程的教学成果和学生的综合素质。

结尾：再次展示品牌标志和课程名称，邀请观众加入课程，一起探索咖啡与数字化的无限可能，画面渐暗，音乐逐渐减弱。

六、创新咖啡特色课程内容，提升核心竞争力

在咖啡师开店课程与现代数字化运营课程建设中，塑造咖啡店独特魅力、提升核心竞争力是关键教学内容，旨在让学生全面掌握咖啡经营的核心要点，为未来在咖啡行业的发展奠定坚实基础。

（一）产品创新

咖啡饮品创新教学：在课程中，向学生传授结合当季食材或流行口味推出特色咖啡的方法。比如夏季，指导学生如何将草莓、芒果、橙子等新鲜水果与咖啡融合制作水果风味冰咖啡，以草莓风味冰咖啡为例，详细讲解选取新鲜成熟草莓，榨取果汁后与冰咖啡混合并加入果肉点缀的制作流程，让学生理解这样做不仅能增添清新果香，还能丰富口感层次。冬季则教导学生制作暖身的香料咖啡，如融入肉桂、丁香等香料，营造温暖浓郁的风味，满足消费者不同季节的口味需求。同时，引导学生探索特殊的萃取方法，除常见的意式浓缩萃取、手冲萃取外，介绍冷萃、虹吸壶萃取等方式。讲解冷萃咖啡通过长时间低温萃取保留天然风味和香气，口感清爽柔和，适合年轻消费者；虹吸壶萃取过程极具观赏性，利用虹吸原理制作出口感醇厚、香气浓郁的咖啡，为顾客带来别样体验。让学生亲自操作这些萃取方法，感受不同萃取方式对咖啡风味的影响。

食品搭配创新教学：教导学生丰富食品搭配种类，除传统蛋糕、点心外，引入具有地域特色或文化内涵的小食。结合不同城市的文化特色，如在北京的咖啡店搭配驴打滚，在苏州的咖啡店搭配苏式月饼，让顾客领略当地美食文化；还可结合不同国家饮食文化，推出法棍三明治、日式和果子等特色小食，满足不同口味偏好的需求。同时，强调注重搭配和谐度，例如巧克力慕斯蛋糕搭配酸度较高的咖啡，能中和甜腻感；酥脆饼干搭配醇厚拿铁咖啡，形成口感对比。通过实际品尝和分析，让学生掌握如何根据咖啡和食品的风味特点进行搭配，为顾客带来更美妙的味觉享受。

产品呈现创新教学：指导学生在咖啡的呈现方式上进行创新，利用拉花艺术创造独特图案，除常见的心形、树叶形外，设计以店铺标志为灵感的专属图案。教导学生学习拉花技巧，包括奶泡打发、图案

绘制等步骤。同时，让学生了解在饮品中加入可食用花瓣、金箔等装饰，增添美感和高级感；对于冰咖啡，可将咖啡冻成冰块加入牛奶或果汁中，随着冰块融化形成独特视觉效果和口感变化。在包装设计方面，教导学生设计具有辨识度的外带包装，采用独特颜色、图案或材质，如环保牛皮纸包装并印上艺术感咖啡图案和店铺名称；设计创意杯套，如可变换造型或带有有趣文案的杯套，使消费者成为店铺的移动宣传者。

咖啡豆拼配创新教学：在课程中，向学生介绍传统咖啡拼配常以巴西、哥伦比亚等咖啡豆为基础追求平衡口感，而创新时可引入小众产地咖啡豆，如埃塞俄比亚的耶加雪菲（带有柑橘、花香风味）和卢旺达的咖啡豆（具有水果酸甜和明亮酸度）。通过实际拼配操作，让学生了解将这些咖啡豆与经典产地咖啡豆拼配，能创造全新风味组合，如耶加雪菲搭配巴西豆，兼具清新果香、醇厚口感、明亮酸度和复杂香气。教导学生根据不同消费者口味偏好定制拼配方案，对于喜欢浓郁口感的消费者增加深度烘焙咖啡豆比例；对于偏好清爽口感的消费者加大浅度烘焙咖啡豆用量。还可针对不同饮用场景进行拼配创新，如早餐时段增加坚果风味咖啡豆比例，下午茶时间强调水果和花香风味。

咖啡与其他成分配比优化教学：教导学生理解牛奶与咖啡比例对口感的影响，以拿铁和卡布奇诺为例，讲解常规比例（拿铁约 3:1，卡布奇诺 1:1），并在此基础上创新，如推出“轻拿铁”（4:1）满足不太能接受苦味的消费者，“浓拿铁”（2:1）满足追求醇厚口感的咖啡爱好者。同时，介绍不同种类牛奶（脱脂奶、全脂奶、燕麦奶、椰奶等）与咖啡搭配的效果，如燕麦奶与咖啡搭配能赋予饮品谷物香气且口感顺滑，适合乳糖不耐受和追求健康的人群。教导学生添加创意配料来丰富咖啡口感，如加入适量蜂蜜（每杯 5-10 克）增加甜味和独特风味，加入肉桂粉、豆蔻粉等香料（每杯约 0.5-1 克）增添温暖浓郁香气。通过实际调配和品尝，让学生掌握配料比例对口感平衡的影响，找到最佳配比方案。

冰咖啡配比的独特考量教学：向学生讲解冰咖啡中冰块与咖啡液比例调整的重要性，传统比例通常在 1:1 左右，为保持口感稳定性，可适当增加咖啡液浓度，调整为 2:3，或采用咖啡浓缩液制成冰块，

避免稀释并增加浓度。教导学生在冰咖啡中加入水果汁时要注意比例，如制作草莓冰咖啡，草莓汁与咖啡液比例控制在 1:2-1:3 之间，既能突出果香又不掩盖咖啡风味；加入苏打水时，比例可在 1:1-2:1 之间调整，创造出类似气泡咖啡鸡尾酒的独特口感，满足消费者对新奇饮品的需求。通过实际操作和品尝，让学生掌握冰咖啡的最佳配比。

（二）服务品质提升

员工服务培训教学：在课程中，着重培养学生作为未来咖啡店主对员工服务培训的能力。教导学生培训员工热情迎接顾客，使用礼貌用语，保持微笑和眼神交流，让顾客感受到尊重和欢迎。在点单环节，培训员工掌握丰富的咖啡知识，根据顾客的口味偏好、饮食习惯和特殊需求，专业推荐适合的咖啡饮品和食品搭配。例如，对于喜欢甜食的顾客推荐焦糖玛奇朵或摩卡咖啡；对于注重健康的顾客推荐低卡的拿铁或美式咖啡。通过模拟点单场景，让学生练习如何引导员工进行专业推荐。

个性化服务定制教学：指导学生建立顾客信息档案，记录顾客的饮品选择、特殊要求（如少糖、多奶泡等）、消费频率等信息，以便为常客提供定制化服务。教导学生当常客再次光顾时，员工能主动提供他们习惯的饮品，甚至提前准备好，让顾客感受到被重视。还可以为常客提供专属的优惠或福利，如生日优惠、新品优先试喝等，进一步增强顾客与咖啡店的情感联系。通过案例分析，让学生了解个性化服务定制对提升顾客好感度与忠诚度的重要性。

（三）店铺环境营造

特色装修风格打造教学：教导学生结合当地文化特色或热门文化元素进行咖啡店设计。在历史文化名城，可融入当地古建筑元素，如在苏州借鉴苏州园林的漏窗、月洞门等元素进行空间分隔，营造曲径通幽的意境；在西安融入古城墙、兵马俑等元素，通过壁画、雕塑展现当地历史文化底蕴。如果当下有热门电影或电视剧风靡，可围绕其主题进行短期装修布置，吸引粉丝打卡。通过实地考察、案例分析等方式，让学生掌握如何根据不同文化特色进行装修风格设计。

细节设计优化体验教学：向学生讲解灯光、音乐和香氛对店铺氛

围的影响。暖黄色柔和灯光适合营造温馨舒适氛围，适合傍晚或夜间使用；白天自然光充足时可适当调暗灯光，突出自然采光效果。舒缓的爵士乐适合营造休闲放松氛围，节奏明快的流行乐适合年轻活力场景。淡雅的咖啡香或清新的花香调香氛能增强顾客舒适感，让顾客停留更久。通过模拟不同场景，让学生感受不同灯光、音乐和香氛组合对顾客体验的影响，学会根据店铺定位和目标客户群体进行细节设计。

（四）品牌建设营销

品牌形象塑造教学：教导学生塑造独特的品牌形象，品牌名称要简洁易记，富有创意且与咖啡文化相关，如“啡凡时刻”“悠享咖啡屋”等。标志设计要具有独特性和辨识度，可以是抽象的咖啡元素图形，也可以是结合品牌名称的创意字体设计。口号要能传达品牌的理念和价值，如“品味咖啡，品味生活”“每一口，都是对美好的追求”。通过统一的品牌视觉形象，包括店铺招牌、员工制服、包装材料等，让顾客对品牌有深刻的印象。通过品牌设计案例分析，让学生掌握品牌形象塑造的要点和方法。

多元营销渠道拓展教学：在课程中，指导学生利用社交媒体平台进行品牌宣传，如在微信公众号上发布咖啡知识、新品推荐、店内活动内容，吸引粉丝关注；在抖音上发布有趣的咖啡制作视频、拉花展示等，提高品牌的曝光度。教导学生举办咖啡文化讲座，邀请专业咖啡师讲解咖啡的起源、种植、烘焙和制作知识，让顾客更深入了解咖啡文化；组织拉花比赛，邀请咖啡爱好者参与，增加品牌的互动性和话题性。建立会员制度，顾客消费可获得积分，积分可用于兑换饮品、食品或折扣券。定期举办会员专属活动，如会员品鉴会、会员专享优惠日等，增加顾客的粘性和复购率，提升品牌的忠诚度。通过实际操作和案例分析，让学生掌握多元营销渠道的拓展方法和技巧。

七、易职教：以技术赋能，开启职育数字领航之旅

（一）公司介绍

广东易职教信息科技有限公司是高新技术企业，聚焦教育、政府、医疗等公共服务领域。秉持“更容易、更职业化、更教学”理念，集结顶尖技术团队，凭技术与战略眼光提供定制化服务，涵盖品牌塑造、方案规划、数字化升级、数字资源定制、成果转化支持、宣传推广、视觉 vi 设计及 AI 应用定制等多方面，以量身定制服务为核心优势，精准解决客户痛点，以商业领域品牌运作思路打造特色化品牌发展，推动公共服务发展，引领行业变革。

（二）在线精品课程

聚焦咖啡产业智能化与新零售转型需求，本在线精品课程由高校专业教师团队联合行业导师共同开发，定位为培养“咖啡专业技术+数字化运营”复合型人才的职业教育平台。课程以星巴克、瑞幸等头部企业真实运营场景为教学蓝本，融合 VR 咖啡烘焙模拟、区块链溯源系统等前沿技术工具，构建“线上理论+云端实训+数字实战”三维培养模式。通过虚拟仿真实验、商业智能分析系统实操、元宇宙咖啡馆沙盘推演等创新教学形式，结合智能学习路径规划与 AI 答疑系统，为在校学生、咖啡从业者及创业者提供可定制化的专业能力提升方案，打造高校教育与产业需求无缝衔接的数字化人才培养高地。





（三）专业动画制作

咖啡制作流程 2D 动画教程：

细化操作工序：详细拆解咖啡制作各环节，像咖啡豆筛选（区分不同产地、品质咖啡豆的筛选标准和方法）、烘焙流程（从预热、不同阶段的温度与时间控制到烘焙完成的色泽、气味变化等）、研磨操作（依据不同咖啡饮品需求调整研磨粗细度的具体操作）、冲泡环节（手冲咖啡的注水手法、水流速度、绕圈方式，意式浓缩的萃取压力、时间把控等）以及奶泡打发（打发的角度、时长、观察奶泡状态的要点）、拉花图案绘制等工序，通过动画特效呈现各工序细节，展现严谨的咖啡制作流程，让学生清晰掌握每一个步骤对咖啡最终口感和品质的影响。

呈现配方逻辑：深入揭示不同咖啡饮品配方的搭配逻辑，展示多种咖啡豆拼配时如何依据风味特点（例如如何平衡酸度、甜度、苦味，融合坚果、水果、巧克力等风味）以及不同配料（如牛奶的脂肪含量、糖浆的种类与甜度、奶油的质地等）添加量的考量来确定配方，助学生理解咖啡调配的协同模式，以便能根据顾客口味需求灵活调整配方。

咖啡店运营流程 2D 动画：

覆盖全环节：从咖啡店的筹备阶段（包括选址分析、店面装修风格确定、设备与物料采购等）、开业准备（人员招聘与培训、产品定价、菜单设计等），到日常运营（顾客接待、点单服务、饮品制作、收银结算、店内环境维护等），再到特殊情况应对（如原材料供应不足、设备突发故障、顾客投诉处理等），全方位展示咖啡店运营各环节操作及原理，保障店铺高效运转。

模拟特殊情况：着重模拟如高峰时段顾客大量涌入、咖啡师临时短缺、网络支付故障、饮品制作失误等特殊情况应对，让学生掌握在复杂状况下的应对策略，确保咖啡店能在各种意外情况下维持正常经营。



（四）教学游戏设计

设计咖啡专业教学小游戏，如咖啡配方搭配益智游戏、咖啡店客流应对策略模拟游戏，以趣味性方式巩固学生知识，增强学习积极性。

咖啡配方搭配益智游戏：

拓展原料认知：丰富咖啡豆、配料等原料种类，涵盖不同产地咖啡豆的风味特点、不同烘焙程度的风味差异以及各种特色糖浆（如焦糖、香草、榛果等口味）、香料（如肉桂、豆蔻等）等配料的运用，细化原料细节，模拟其新鲜度、品质变化等状态。如此，学生能更深入认识原料，增强实际调配咖啡时的判断能力，便于在真实场景中快速根据顾客口味搭配出合适的咖啡配方。

升级搭配难度：加入原料适配度检查，要求精准搭配，同时设置限时、惩罚机制，增加挑战性。例如，规定在一定时间内根据顾客指定的口味偏好完成配方搭配，若搭配不合理或超时则扣分，这有助于学生巩固专业知识，牢记配方搭配流程和要点，提升学习效果。

咖啡店客流应对策略模拟游戏：

多样运营场景：模拟不同规模（小型社区店、大型商圈店等）、不同地段（商业街、写字楼附近、学校周边等）的咖啡店场景，以及复杂时段（如节假日、促销活动期间等）的客流情况，像大客流时如何快速出品、安排座位、维持秩序，还有不同顾客需求（如外带、堂食、定制特殊饮品、要求外卖配送等）的应对。学生通过操作，提升应对复杂运营情况的能力，为未来咖啡店管理工作做准备。

深化问题应急：增加如突然停电、网络故障、饮品原材料短缺等严重突发情况模拟，要求学生快速采取应急措施。反复训练可强化其应急处理能力，确保在实际工作中遇突发问题能冷静应对。



（五）虚拟教学实训系统

咖啡拉花虚拟实训系统：

功能展示：该系统通过逼真的 3D 建模与动画特效，全方位呈现拉花所需的各类工具，如拉花杯、奶缸、浓缩咖啡液出口等，细致展示其在拉花过程中的使用方法。例如，详细演示奶缸的握持角度、倾斜度变化对奶泡流出速度与线条粗细的影响，以及拉花杯的旋转配合要点等。同时，针对不同的拉花图案（像心形、树叶形、郁金香形等常见图案以及更复杂的组合图案），设置分步教学演示，从基础图案的勾勒到细节的填充、修饰，逐一拆解动作，让学生清晰看到每一个步骤的操作手法与顺序。

流程引导：结合实际操作场景的模拟，为学生提供完整的拉花流程引导。从准备工作（如制作合格的浓缩咖啡、打发细腻且绵密的奶泡等前置环节），到正式拉花时的图案构思、起针位置、运针轨迹，再到收尾时的收针技巧、图案定型等，全程进行可视化讲解，帮助学生熟悉并牢记拉花流程，降低实际操作中的失误率，提高学习效率。

互动操作：设置互动操作功能，学生可以在虚拟环境中亲自上手练习拉花，系统会实时给予反馈，提示操作的正确与否，比如线条是否流畅、图案比例是否协调等，并针对出现的问题提供改进建议，让学生在反复练习中不断提升拉花技能，同时避免了因实际材料浪费而造成的资源损耗。



咖啡烘焙实训车间的烘焙设备虚拟演示：

功能按钮详解：同样结合动画与模拟操作界面，详细介绍烘焙设备的各功能按钮，除了常规的温度调节（展示不同温度区间对咖啡豆

烘焙程度的影响以及如何依据咖啡豆品种和目标风味精准设置温度)、时间设定(解释不同烘焙阶段所需时长的把控要点)、烘焙模式切换(深入剖析浅烘、中烘、深烘等模式各自的特点,像浅烘能保留咖啡豆的原始风味与高酸度,中烘使风味更平衡,深烘则带来浓郁醇厚的口感,以及它们分别适用于制作何种咖啡饮品)之外,还会重点讲解一些进阶功能按钮,如烘焙曲线自定义功能(指导学生如何根据独特的风味需求去设定升温速率、保温时间等参数)。

工作原理呈现:以直观易懂的动画形式,呈现烘焙设备的工作原理,从加热方式(热风式、半直火式、直火式等不同加热方式的运作机制及对咖啡豆受热均匀度的影响)、内部气流循环(解释气流如何带动咖啡豆翻滚,确保全方位均匀受热,进而影响烘焙效果)到温度传感器的反馈调节机制(说明设备如何实时监测温度并自动调整,保障烘焙过程的稳定性)等方面进行详细解读,让学生深入理解烘焙设备的内在逻辑,为实际操作打下坚实基础。

设备协同展示:强调烘焙机与冷却装置等相关设备的协同工作原理,展示烘焙完成后,咖啡豆如何通过合理的冷却方式(风冷、水冷或二者结合的方式)迅速降温,锁住风味,避免过度烘焙或产生不良风味,让学生明白各设备之间相互配合的重要性以及具体的操作衔接要点,助力学生掌握核心烘焙技能。

咖啡特色酒店虚拟仿真系统:

咖啡特色酒店虚拟仿真系统通过全流程数字化场景构建,实现从客户线上预订到退房评价的全周期服务模拟。系统以智能交互技术为核心,深度融合咖啡文化体验与酒店管理实训,涵盖预订管理、卫生管控、入住服务、特色饮品定制、服务优化等五大功能模块,构建"服务流程-产品体验-客户管理"的三维实训体系。



预订服务模拟系统在原有动态房型展示基础上，新增多维个性化定制功能。客户可通过 3D 交互界面选择房间朝向（东/南/西/北），系统结合 GIS 数据实时呈现不同朝向的景观特色与光影变化，如朝东房间可预览日出时分的咖啡庄园虚拟全景。针对团体客户，系统增设宴席需求模块，支持定制鸡尾酒会、咖啡品鉴会等主题活动，学生需根据参与人数、预算范围设计包含饮品单、场地布置、服务流程的完整方案。

智能卫生管控系统通过物联网传感器模拟客房清洁全流程，学生需按 SOP 完成床品更换、咖啡机消毒、杯具清洁等 12 项标准化操作。

沉浸式入住服务模块采用全息投影技术模拟前台场景，学生需完成身份核验、会员积分查询、房型介绍等标准流程。系统内置多模态交互功能，可识别客户情绪状态（通过语音语调分析、微表情识别），自动推荐个性化欢迎饮品配方。入住期间实时推送咖啡文化资讯，如每日烘焙课程预告、咖啡品鉴会邀请函等。

咖啡定制服务系统包含智能吧台与风味实验室两大模块。智能吧台配备高精度压力传感器与温度控制系统，可模拟意式浓缩萃取（压力 9-12bar 动态调节）、手冲咖啡（水温 92-96℃ 区间控制）等专业操作。学生需根据客户口味偏好（通过历史订单分析）、健康需求（乳糖不耐受提示）、场景需求（提神/放松功能）设计饮品配方。风味实验室通过气相色谱虚拟仿真技术，展示咖啡豆产地、烘焙度与风味物质（如柑橘调性、焦糖尾韵）的对应关系。

客户管理系统构建动态用户画像模型，整合预订行为、消费记录、服务评价等数据，生成包含咖啡偏好、服务需求、消费潜力的三维分析报告。系统支持智能营销策略制定，如针对高净值客户推送限量烘焙体验，对潜在流失客户实施优惠券定向发放。通过持续迭代的画像系统，实现服务精准化与客户生命周期价值最大化。

畅享“啡”凡人生，品味至臻服务

任务单

国际酒店运营管理一体化系统

订单号	预定日期	预定信息	预定人	状态	查看
100660	2024-10-25	标准间	陈先生	待定	
100661	2024-10-25	标准间	谢先生	待定	
100662	2024-10-26	商务间	兰先生	待定	
100663	2024-10-26	标准间	陈先生	已取消	
100664	2024-10-26	标准间	李女士	待定	
100665	2024-10-26	商务间	莫先生	已取消	
100666	2024-10-27	标准间	王女士	待支付	
100667	2024-10-29	商务间	吴女士	进行中	

企业订单 - W咖啡公司

姓名: 吴女士

性别: 女

国家地区: 中国

出生日期: 2005.05.23

证件类型: 身份证

客人类型: 商务客

会员等级: 金牌会员

会员号码: 001

抵达日期: 2024年10月29日

离店日期: 2024年10月30日

房间类型: 豪华行政大房 房号2606

房间价格: ¥2000/间·晚

付款方式: 其他 (W咖啡公司)

特殊要求: 点击查看

咖啡调饮: 需要定制

备注: W公司客户 VIP 晚餐 19:00

处理订单

主页

返回

畅享“啡”凡人生，品味至臻服务

工作检查

国际酒店运营管理一体化系统

领班检查单

日期: 2024 年 10 月 __ 日

领班姓名: Lida

1	前厅部检查	物品齐全	✓
		资料整洁	
2	大堂吧检查	摆设标准	✓
		设备调试	
3	客房检查	床品整洁	
		摆放标准	✓
4	餐厅检查	餐具齐全	
		餐具整洁	✓

检查完成

主页

返回

畅享“啡”凡人生，品味至臻服务

咖啡拼配

国际酒店运营管理一体化系统

>>> 口味选择 <<<

>>> 咖啡豆选择 <<<

风味偏好

☐ 花果调性

☐ 坚果调性

☐ 焦糖调性

味道选择

酸度：

☐ 高

☒ 中

☐ 低

甜度：

☒ 高

☐ 中

☐ 低

苦度：

☐ 高

☐ 中

☒ 低

云南酵素厌氧日晒咖啡豆

40%

埃塞俄比亚西达摩日晒咖啡

5%

哥伦比亚慧兰水洗咖啡

0%

巴西圣多斯日晒咖啡

30%

完成拼配

主页

返回

畅享“啡”凡人生，品味至臻服务

客史档案

国际酒店运营管理一体化系统

>>> 档案信息 <<<

企业订单 - W咖啡公司

1

中文姓名

吴女士

性别

女

出生日期

2005.05.23

国家地区

中国

证件类型

身份证

证件号码

0011002003004005

永久地址

福建省厦门市思明大道

客人类型

商务客

会员等级

金牌会员

会员号码

001

联系方式

138****5566

电子邮箱

Was@outlook.com

抵达日期

2024年10月29日

房间类型

豪华行政大房

房号：2606

备注

W公司客户 VIP 晚宴 19:00

离店日期

2024年10月30日

房价

¥2000/间·晚

付款方式

其他（W咖啡公司）

房间偏好

房型：商务 床型：大床 楼层：高层 朝向：朝南

房间要求

设施：办公桌椅、投影仪

卫生要求

打扫频率：一天一次

咖啡调饮

需要定制

特殊要求

无

风味：坚果调性

酸度：低

甜度：中

苦度：中

云南酵素厌氧日晒咖啡豆

5%

埃塞俄比亚西达摩日晒咖啡

40%

哥伦比亚慧兰水洗咖啡

5%

巴西圣多斯日晒咖啡

50%

主页

返回

（六）3D 场景构建

构建咖啡烘焙车间、咖啡店门店 3D 虚拟场景，用于教学和实训。学生可在虚拟场景中进行设备操作、店内布局调整等模拟活动，提升空间认知和实践操作能力。

咖啡烘焙车间 3D 虚拟场景：

细化工艺展示：深入呈现各烘焙工艺细节，如不同烘焙阶段咖啡豆颜色、气味、密度的变化，烘焙设备的温度控制、通风调节对咖啡豆品质的影响，不同烘焙曲线（升温速率、保温时间等）如何塑造咖啡豆独特风味等质量控制要点，让学生直观了解烘焙工艺，积累实践

知识。

模拟设备管理：增加设备维护管理模拟，学生可学习烘焙设备（如烘焙机、冷却盘、风机等）的巡检、保养及故障维修知识，动手操作，增强实践能力，熟悉烘焙车间整体运作。

咖啡店门店 3D 虚拟场景：

拓展店内设施：丰富店内设施与系统模拟，展示智能化运营管理模式及调控方法，像收银系统的操作（包括扫码支付、会员积分、账单统计等功能）、饮品制作区域的物料管理系统（实时监控原料库存、提醒补货等）、店内环境调控（温度、灯光、音乐氛围等）手段等，拓宽学生知识面。

模拟多店联动：构建多咖啡店联动虚拟区域，模拟原材料采购、配送以及不同店铺间人员调配、经营策略共享（如统一促销活动、新品推广等）等协同运营情况，让学生站在整体角度学习咖啡店连锁运营协调工作，提升对咖啡行业整体运营的认知水平。



拉花实训模块与行业接轨：拉花虚拟实训模块中的图案设计、操作手法以及评判标准等，均参照当下咖啡行业内专业赛事（如世界咖啡拉花艺术大赛等）以及知名咖啡店的实际出品要求进行设定，确保学生所学的拉花技能与行业前沿水平接轨，能够在毕业后迅速适应各类咖啡工作场景，无论是在专业咖啡店从事咖啡师工作，还是参与咖

啡拉花相关的教学、培训等活动，都具备扎实的专业能力。

烘焙设备优势及行业同步：咖啡烘焙设备虚拟演示所涉及的最新温控技术，不仅能实现高精度的温度控制（误差范围可精确到极小数值，确保每一批次咖啡豆烘焙效果的稳定性和一致性），而且这种温控技术与专业咖啡烘焙企业所采用的先进设备同步更新，让学生在学学校就能接触并掌握行业内最先进的烘焙技术，熟悉实际烘焙企业的设备操作流程，毕业后能够无缝对接烘焙岗位，无需再花费大量时间进行额外的设备适应学习，有效节约了时间和培训资源。

运营管理实训设备贴合实际：咖啡特色酒店虚拟仿真系统通过全流程场景模拟，为学生构建覆盖预订管理、客房服务、咖啡定制到客户维护的完整服务链条实训环境。系统采用虚实结合技术，学生需在线完成客户房型选择、宴席需求确认、饮品口味定制等预订环节，通过智能交互界面模拟前台接待流程，执行身份核验、会员服务、个性化推荐等标准操作。客房管理模块要求学生按国际咖啡行业卫生规范完成咖啡机深度清洁、杯具消毒等 18 项操作，系统通过视觉识别技术实时反馈操作规范度。咖啡定制环节依托智能吧台系统，学生需根据客户口味偏好（通过历史数据模拟）完成咖啡豆研磨度调节、萃取参数设置等专业操作，同步生成饮品检测报告。退房后系统自动汇总服务评价数据，引导学生分析客户消费行为，优化服务策略。这种沉浸式实训模式使学生在掌握咖啡专业技能的同时，全面熟悉酒店服务流程，培养从客户需求洞察到服务执行的全链条管理能力，实现职业素养与行业标准的无缝对接。

（七）宣传视频制作

技能竞赛片段展示深化：

聚焦思维与解决问题能力：在展示学生咖啡技能竞赛片段时，以咖啡拉花大赛夺冠历程为例，除操作步骤外，着重呈现学生竞赛中的思维过程及解决问题方法。如设计拉花图案时，通过特写与旁白，展示依据咖啡液的状态、奶泡的质量，运用专业知识构思图案、调整手法、排除干扰、锁定最佳呈现方式，以及应对复杂图案要求时灵活调整思路并最终完美呈现的完整思维链条，凸显学生专业素养与逻辑思维能力。

突出团队协作与应变能力：针对团体竞赛项目，如咖啡师团队服务竞赛，重点展示学生团队协作和应变能力。呈现团队成员分工，涵盖饮品制作、顾客接待、收银结算等环节，以及遇突发状况（像顾客临时更改订单、设备临时出现小故障、突然增加大量顾客等）时迅速反应、调整服务流程，保障服务质量和顾客满意度，以此彰显学校咖啡专业培养学生综合能力的优势。

（八）虚拟漫游开发

实训基地展示细化：在咖啡专业虚拟校园漫游系统的实训基地展示里，细化各区域功能介绍。以咖啡制作实训区域为例，除基本展示外，介绍意式浓缩制作工位培养学生意式咖啡制作能力（包括掌握意式咖啡机操作、萃取参数调整等），手冲咖啡实训工位侧重不同冲泡手法（如三段式、一刀流等）教学实践；咖啡店运营实训区域也分别介绍顾客接待、饮品出品、库存管理等子区域功能与教学目标，使观众明晰各区域技能培养方式。

教学楼与科研中心展示拓展：教学楼展示部分，在呈现基本设施基础上，重点介绍特色教学设施，如咖啡品鉴实验室（学生在此进行咖啡风味鉴别、品质评估等实验教学）、咖啡文化研究室（开展咖啡历史、文化等方面的课程设计与学术研究），展示学生利用其开展实验教学、课程设计等活动，并展示教学楼内小组讨论、学术讲座、专业技能培训等教学活动场景，营造浓厚学习氛围与积极教学风貌。

呈现科研成果与科研活动：科研中心展示时，详细呈现咖啡领域科研成果，包括专利技术（如新型咖啡烘焙方法、独特的咖啡保鲜技术等）、高水平学术论文（关于咖啡风味化学、咖啡种植与加工优化等方面）、国家级科研项目（如咖啡品种改良、咖啡产业可持续发展研究等）等，通过实物、展板、图表等形式，直观展现科研实力与影响力。同时展示正在开展的科研活动，如新型咖啡豆品种培育、咖啡保鲜技术研发、咖啡与健康关系的深入探究等教师学生参与的项目，体现科研创新的持续投入与探索精神。

（九）教学成果展示平台

教学成果展示平台聚焦课程建设核心要素，以模块化架构系统呈现咖啡师开店课程与现代数字化运营课程的建设成果。平台定位为连接教育与产业的数字化枢纽，聚焦职业教育课程建设的全链条管理，通过技术赋能实现教学资源的系统化呈现与动态进化。平台以咖啡师开店课程与现代数字化运营课程为核心载体，构建"展示-反馈-优化-创新"的闭环生态系统，旨在推动教学内容与产业需求的深度对接。

团队架构与资质：平台整合跨领域专家团队，咖啡师课程团队由 SCA 认证考官与连锁品牌运营专家组成，具备 10 年以上行业教学经验；数字化课程团队成员拥有电商平台认证资质及百万级项目操盘经验，确保教学内容与行业实践深度衔接。团队介绍模块以可视化矩阵形式呈现成员教育背景、行业认证及代表性成果，突出理论与实战结合的教学优势。

课程标准体系：人才培养方案采用"三维递进"结构：咖啡师课程构建"技能训练-门店运营-创业孵化"培养链，涵盖设备操作规范、成本控制模型等核心模块；数字化运营课程开发"数据洞察-策略制定-效果优化"全链路标准，包含用户分群方法、工具操作指南等关键内容。课程标准模块提供动态对比功能，支持不同版本培养方案的目标、课时及考核方式可视化分析，便于教学优化。

在线课程建设：平台集成多模态教学资源：咖啡师课程包含设备拆解交互模型（支持 360 度旋转查看）、AR 门店模拟系统（扫码触发操作指引）；数字化课程配备实时数据看板（对接主流平台 API）、虚拟直播中控台（多平台推流模拟）。课程模块设置智能学习路径规划功能，根据学员职业目标生成个性化学习方案，并通过行为分析提供精准建议，形成"学-练-用"闭环。

动态更新机制：课程内容实施双轨更新策略：咖啡师课程定期补充行业赛事冠军作品解析及新设备操作指南；数字化课程持续同步平台算法规则解读与工具迭代教程。平台建立智能关联系统，自动匹配跨课程知识点（如设备维护与成本分析），形成知识网络。后台管理系统整合学习行为数据与教学反馈，生成质量诊断报告，为课程迭代提供依据。

教学支持工具：平台开发教学资源管理系统，支持课程素材分级存储与智能检索。教师可通过跨课程资源调用功能，快速构建复合型

教学案例（如将咖啡设备知识与电商数据分析模块结合）。系统配备教学实验工具，支持不同教学模式的 A/B 测试，通过实时监测学习效果数据，辅助教学方法优化决策。

三 数字资源项目 | 系部成果展示平台

广东易职教信息科技有限公司
Guangdong Yizhi Education Information Technology Co., Ltd.

高水平专业群（专业建设）成果展示

内训建设服务占比

项目	数量
教学成果	28个
教材建设	12个
教学成果	19个
教学成果	9个
教学成果	6个
教学成果	8个

校企合作毕业生就业情况

年份	人数
2020	10000
2021	12000
2022	15000
2023	18000
2024	20000
2025	22000
2026	25000

学术交流情况

项目	数量
学术交流	12.5%
学术交流	27.3%
学术交流	27.3%
学术交流	27.3%

校级来访数: 16个

合作协议数: 22个

校企合作项目: 11个

合作机构数: 10个

专业介绍

- 01 高星级酒店运营与管理 (3+2)
- 02 高星级酒店运营与管理
- 03 咖啡调制与服务
- 04 茶艺与茶营销
- 05 会展服务与管理

系部建设

广州市教育科学规划重大课题研讨会顺利举行

我校荣获“2021年度广东省教育工作先进单位”

立德树人 | 党建工作 | 服务社会 | 学生风采

三 数字资源项目 | 教学团队形象提升

广东易职教信息科技有限公司

三 数字资源项目 | 优秀教学团队

广东易职教信息科技有限公司

茶里望人 自信传承

陈丽霞

茶艺专业带头人

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业带头人》培训项目。

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业带头人》培训项目。

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业带头人》培训项目。

明德以身教 知行以致远

李伟超

茶艺专业骨干教师

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业骨干教师》培训项目。

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业骨干教师》培训项目。

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业骨干教师》培训项目。

路漫漫其修远兮 吾将上下而求索

王群

茶艺专业骨干教师

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业骨干教师》培训项目。

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业骨干教师》培训项目。

主持广东省职业院校教师发展中心《茶艺专业骨干教师》培训项目。

三 数字资源项目 | 优秀毕业生

广东易职教信息科技有限公司

优秀毕业生 吴超敏

茶艺专业

在校期间多次获得校级、院级奖励，多次参加省、市、国家级比赛并获奖。

毕业后在广州市某酒店从事茶艺工作，表现优秀，多次获得领导表扬。

优秀毕业生 苏子文

茶艺专业

在校期间多次获得校级、院级奖励，多次参加省、市、国家级比赛并获奖。

毕业后在广州市某酒店从事茶艺工作，表现优秀，多次获得领导表扬。

优秀毕业生 苏子文

茶艺专业

在校期间多次获得校级、院级奖励，多次参加省、市、国家级比赛并获奖。

毕业后在广州市某酒店从事茶艺工作，表现优秀，多次获得领导表扬。

三 数字资源项目 | 实体展厅建设

广东易职教信息科技有限公司

八、教学 PC 及 APP 端应用

（一）课后拓展 APP

1. 咖啡大全

知识板块：涵盖咖啡历史文化、咖啡豆产地与品种、咖啡制作工艺等知识，以图文、音频、视频等多种形式呈现。设置搜索与分类浏览功能，方便用户快速找到所需内容。建立知识专题，如“咖啡与健康”“世界咖啡地图”等，深入探讨特定主题。

社交互动：搭建用户社区，用户可发布动态、分享心得、提问交流。支持点赞、评论、私信功能，促进用户间互动。推出用户等级与勋章系统，根据用户活跃度和贡献度给予奖励，提升用户粘性。

商城与服务：开设线上商城，售卖咖啡豆、咖啡器具、周边产品等。提供咖啡课程报名服务，包括线上视频课程和线下实体课程。

2. 咖啡制作宝典

制作教程：提供各类咖啡饮品制作教程，包括意式咖啡、手冲咖啡、冷萃咖啡等。每个教程配有详细步骤、图片、视频演示，以及所需器具、原料和技巧要点。设置制作难度分级，满足不同水平用户需求。

个性化推荐：根据用户浏览历史、制作记录和口味偏好，推荐适合的咖啡制作配方和教程。支持用户自定义配方保存和分享，形成个性化咖啡制作方案库。

咖啡师交流：建立咖啡师认证体系，认证咖啡师可发布专业见解、分享创意配方。普通用户可向咖啡师提问，获取专业建议。

3. 咖啡计时器

基础计时：具备精准的倒计时和正计时功能，满足咖啡冲泡、萃取、烘焙等不同阶段的计时需求。提供多种计时模式预设，如手冲咖啡三段式计时、意式浓缩萃取计时等。支持自定义计时时长和提醒方式（声音、震动、弹窗）。

数据记录与分析：自动记录每次计时数据，包括时间、操作类型、

使用的咖啡豆和器具等。对记录数据进行分析，生成图表展示用户制作习惯和进步趋势，为用户提供改进建议。

设备连接（拓展功能）：支持与智能咖啡设备（如智能咖啡机、磨豆机）连接，实现设备操作与计时的同步，提升使用体验。

4. 猫语咖啡经营店

店铺经营模拟：玩家扮演咖啡店店主，负责店铺选址、装修、人员招聘、菜单设计、原料采购等经营环节。模拟不同地段和消费群体，根据市场需求调整经营策略。设置经营目标和任务系统，完成可获得奖励，解锁新功能和道具。

咖啡制作与研发：在游戏中还原真实咖啡制作过程，玩家需掌握制作技巧，提高咖啡品质。支持咖啡新品研发，根据原料搭配和制作工艺创造新饮品，吸引更多顾客。

社交互动：玩家可拜访其他玩家的咖啡店，进行互动（点赞、留言、赠送道具）。建立咖啡经营联盟，玩家可加入联盟，共同完成任务，获取联盟专属奖励



（二）助力校企合作平台搭建

1. 平台核心概念

网站以促进咖啡配方创新与实践成果转化为核心，构建起学生创意与企业需求直接对接的平台。学生可在平台上展示自己研发的独特

咖啡配方，企业则能从中挖掘具有商业价值的创意，实现双方的优势互补。通过积分激励机制，充分调动学生的创新积极性，形成一个充满活力的创新生态，加速咖啡专业人才培养与行业需求的融合。

公司助力意义：易职教凭借专业的技术实力和对教育与行业需求的深入理解，打造出功能完备、体验优良的平台。从技术层面看，运用先进的开发框架和设计理念，确保网站稳定运行和流畅交互。在功能定制上，根据校企双方的需求，精准设计配方展示、积分管理、企业与用户互动等功能模块，满足双方多样化的需求。此外，公司还提供持续的技术支持和维护服务，保障平台的不断优化和升级，以适应不断变化的市场和教学需求。

2. 整体交互设计理念

网站的交互设计遵循简洁、直观、易用的原则，以用户体验为核心。在色彩搭配上，选取与咖啡文化相契合的暖色调，营造出温馨、专业的视觉氛围。排版布局注重信息的合理分层，突出重点内容和常用功能，减少用户的操作复杂度，提升使用效率。

3. 首页交互设计

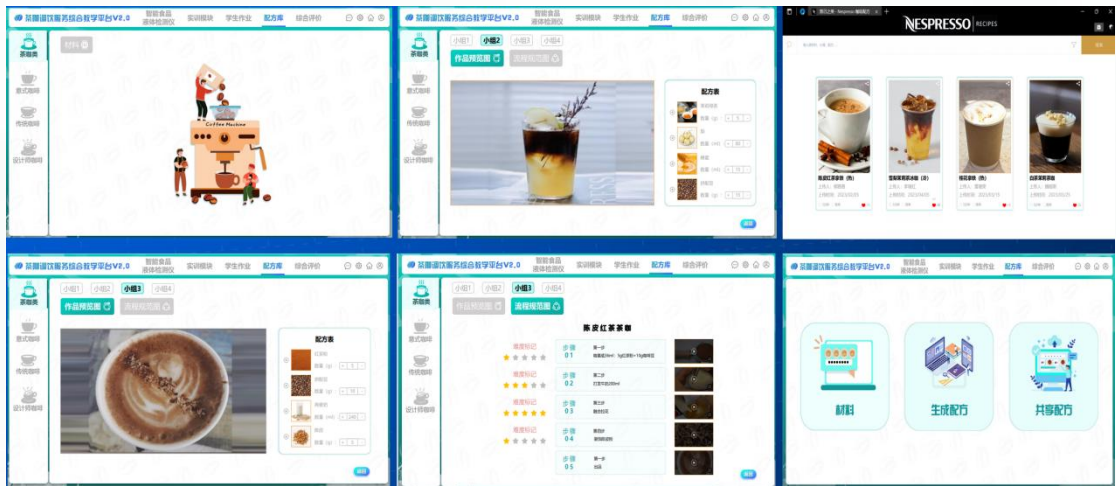
首页作为网站的门户，采用全屏高清轮播图，生动展示学生制作咖啡的精彩瞬间、企业的生产场景以及校企合作的成果，迅速吸引用户的注意力。顶部导航栏简洁明了，涵盖“配方广场”“积分商城”“企业风采”“学生成果”等核心板块入口，方便用户快速找到所需内容。同时，首页设置搜索框，支持用户通过关键词搜索配方、企业信息或学生成果。

4. 咖啡配方广场交互设计

学生进入该板块后，可点击“提交配方”按钮，在详细的表单中填写配方的原料、制作步骤、风味特点等信息，并上传成品图片。提交成功后，系统自动生成展示页面，供其他用户点赞、评论和收藏。企业用户可通过丰富的筛选条件，如口味偏好、制作难度、原料类型等，精准查找感兴趣的配方。一旦企业决定采纳某配方，点击“采纳”按钮，系统会即时通知学生并为其增加积分，同时在企业后台记录相关信息。

5. 用户信息与互动设计

学生和企业用户均拥有个人中心页面。学生在个人中心可查看积分明细、配方提交和采纳状态、互动信息以及编辑个人资料。企业用户在个人中心能管理企业信息、查看采纳的配方、发布企业动态等。站内消息系统确保双方沟通顺畅，及时传递配方采纳通知、合作邀请等重要信息。



九、AIGC 智启教学新境：科技赋能教育华章

在咖啡师开店课程与现代数字化运营课程的教学旅程中，AIGC（人工智能生成内容）技术悄然融入，如同一场及时雨，为教学带来了全新的活力与可能。它不再是遥不可及的科技概念，而是实实在在成为了教师们教学路上的得力“伙伴”，以创新之姿从多维度深度赋能教学，为提升教学质量、创新教学模式带来了诸多惊喜与变革。

（一）备课环节：高效内容生成与资源整合

教案快速生成与优化：教师在筹备咖啡师开店课程时，AIGC 能够依据课程大纲和教学目标，迅速生成涵盖全面的教案初稿。以“咖啡店成本核算”教学为例，AIGC 不仅列出固定成本（房租、设备采购等）、变动成本（原材料、员工工资等）的理论讲解框架，还提供实际咖啡店的成本核算案例，甚至能根据不同规模咖啡店给出差异化的成本分析，极大地节省了教师收集资料和构建教学框架的时间。教师可在此基础上，结合自身教学风格和学生特点进行优化，使教案更具针对性。

教学素材多样化创作：AIGC 为教师提供丰富多样的教学素材。在讲解咖啡制作工艺时，它能生成咖啡豆烘焙过程的高清图片、咖啡冲泡技巧的动画视频，这些素材比传统素材更生动形象，有助于学生理解。在文化拓展方面，AIGC 还能创作与咖啡文化相关的故事、诗歌，丰富教学内容的文化内涵，提升学生学习兴趣。

知识关联与拓展：AIGC 能整合咖啡行业知识，形成知识图谱。在备课“咖啡拉花”内容时，AIGC 不仅提供拉花技巧相关知识，还能关联到咖啡拉花的历史文化、不同风格拉花在市场上的受欢迎程度，以及拉花与咖啡品牌形象塑造的关系等知识，帮助教师拓宽教学视野，使教学内容更具深度和广度。

（二）授课环节：智能辅助与互动提升

实时教学支持：在课堂教学中，教师可能会遇到知识遗忘或需要即时拓展讲解的情况，AIGC 可充当教师的“智能知识库”。当讲解某款咖啡豆的产地特色时，教师通过 AIGC 能迅速获取该产地咖啡豆的

风味特点、市场价格波动、独特的种植技术等信息，丰富教学内容，增强教学的专业性和趣味性。

学生状态监测与教学调整：AIGC 结合课堂监控设备，分析学生的面部表情、肢体语言等，判断学生的学习状态和对知识的理解程度。若发现部分学生注意力不集中，AIGC 会提醒教师调整教学节奏，如插入一个有趣的咖啡行业小故事或开展互动小游戏；若检测到学生对某个知识点困惑，它会提供不同的讲解思路和补充案例，帮助教师更好地解答学生疑问，确保教学效果。

互动环节设计与引导：在课堂互动环节，AIGC 可以协助教师设计互动问题和活动。在讨论“咖啡店营销策略”时，AIGC 能提出新颖的讨论话题，如“如何利用社交媒体进行咖啡品牌的精准营销”，并提供相关的引导话术和参考资料，帮助教师更好地组织讨论，激发学生的思维活力。

（三）课后环节：智能评估与个性化辅导

作业批改与学情分析：AIGC 具备强大的作业批改能力，能快速准确地批改客观题，还能对主观题进行智能分析。在批改关于咖啡制作工艺的作业时，AIGC 根据预设的标准和优秀案例，对学生的作业内容进行语义分析，指出学生在技巧阐述、创意表达等方面的优点和不足，并给出具体的改进建议。同时，AIGC 能对学生的作业完成情况进行统计分析，为教师提供详细的学情报告，帮助教师了解学生对各个知识点的掌握情况，发现教学中的薄弱环节。

个性化辅导方案制定：基于学情分析结果，AIGC 为教师提供针对不同学生的个性化辅导方案。对于在咖啡拉花技巧上有欠缺的学生，AIGC 建议教师为其推荐特定的拉花练习视频和教程；对于在数字化运营课程中数据分析能力不足的学生，AIGC 推荐教师安排针对性的数据分析练习任务，并提供相关的数据案例和分析模板，帮助教师实现精准教学，提升学生的学习效果。



十、AI 赋能：开启特色咖啡领域

在当今数字化时代，AI 技术正深刻地改变着咖啡行业的运营模式和服务体验。对于学校开设的咖啡师开店课程与现代数字化运营课程而言，引入 AI 技术进行教学赋能，能让学生更好地掌握前沿知识与技能，为未来进入咖啡行业做好充分准备。

（一）基于情绪判断的 ai 咖啡师

1. 功能概述

情绪识别与理解：利用自然语言处理（NLP）技术，解析顾客与 AI 咖啡师对话中的文本内容，识别关键情绪词汇和语句结构，精准理解顾客当下的情绪状态。例如，当顾客说“今天工作超累，压力好大”，工具能识别出“疲惫”“压力大”等情绪关键词，判断顾客处于消极、疲惫的情绪。

拉花图案生成：依据识别出的情绪，从预设的拉花图案库中筛选或通过图像生成算法实时创作匹配的拉花图案。对于消极情绪，如焦虑，可能生成代表安抚的柔和波浪线拉花；对于积极情绪，如开心，会生成如笑脸、彩色气球等充满活力的拉花图案。

拉花步骤指导：为咖啡师提供详细的拉花制作步骤和技巧说明。针对生成的每种拉花图案，以图文、视频或动画的形式展示奶泡打发的最佳程度、拉花缸的倾斜角度、流速控制以及收尾技巧等，帮助咖啡师准确制作出匹配情绪的拉花。

图案定制与收藏：支持咖啡师对生成的拉花图案进行微调定制，满足不同顾客的特殊需求或咖啡师的创意发挥。同时，咖啡师可以将常用或特别喜欢的拉花图案收藏起来，方便下次快速调用，提高服务效率。

2. 技术实现

自然语言处理（NLP）技术：采用先进的预训练语言模型，如 GPT 系列或国内的文心一言等，进行微调训练。通过大量与情绪相关的文本数据，包括社交媒体评论、心理学文献、日常对话语料等，训练模型准确识别各种情绪表达。利用词向量模型（如 Word2Vec、GloVe）

将文本中的词汇转化为向量表示，便于模型理解和处理，从而更精确地捕捉情绪语义。

图像生成算法：运用生成对抗网络（GAN）或变分自编码器（VAE）技术。GAN 通过生成器和判别器的对抗训练，生成逼真的拉花图案；VAE 则通过学习数据的潜在分布，生成具有多样性的拉花图案。结合深度学习的卷积神经网络（CNN）对拉花图案的特征进行提取和学习，使得生成的图案符合拉花艺术的审美和制作要求。

数据库管理：构建包含大量拉花图案的数据库，对每个图案进行分类标注，如按情绪类型（开心、难过、平静等）、图案风格（简约、复杂、卡通等）、制作难度（初级、中级、高级）分类。数据库还需存储与每个图案对应的制作步骤、技巧说明以及相关的图文、视频资料。使用关系型数据库（如 MySQL）或非关系型数据库（如 MongoDB）进行数据管理，确保数据的高效存储、查询和更新。

3. 界面交互设计

拉花图案展示区：在界面的核心位置，以较大尺寸展示生成的匹配情绪拉花图案。图案展示清晰、逼真，可提供放大、缩小和旋转功能，方便咖啡师从不同角度观察图案细节。图案下方显示对应的情绪标签和简短的图案说明，解释图案设计与情绪的关联。

定制与收藏功能区：提供图案定制入口，点击后弹出定制窗口，咖啡师可对图案的颜色、线条粗细、元素布局等进行调整。收藏功能以心形图标表示，咖啡师点击即可将当前图案添加到收藏夹，收藏夹可在界面侧边栏或单独页面查看，方便快速检索和使用收藏的图案。





（二）基于面部识别的个性化拉花系统

在数字化与个性化消费需求日益增长的当下，基于面部识别的个性化拉花系统为咖啡行业带来了创新体验。本系统借助先进的面部识别技术与创意拉花设计，为顾客打造独一无二的咖啡拉花，提升顾客在咖啡消费过程中的个性化体验与满意度。

系统核心技术原理：该系统依托先进的高清摄像头与专业级面部识别系统，面部识别系统启动后，AI 面部表情分析技术开始发挥作用。它基于庞大的面部表情数据库，运用深度学习算法，对采集到的面部数据进行多维度分析。通过精确比对面部肌肉运动、五官相对位置变化等数据，能够精准判断顾客的心情状态，如开心、难过、疲惫、焦虑等。例如，当顾客嘴角上扬、眼睛眯起，系统会识别出开心情绪；若眉头紧皱、眼神疲惫，则判断为疲惫情绪。这种高精度的识别技术为后续的个性化拉花提供了准确依据。

拉花图案设计与匹配逻辑：根据不同的心情识别结果，系统预设了丰富多样的拉花图案库。对于开心的顾客，设计如绽放花朵、彩色气球等充满活力与欢乐氛围的拉花图案；面对疲惫的顾客，呈现平静湖面、舒缓波浪等能让人放松的图案；当识别到焦虑情绪时，温暖爱心、柔和云朵等具有安抚寓意的图案被选中。图案的设计不仅考虑了视觉效果，还融入了情感元素，让顾客在看到拉花的瞬间产生情感共鸣。系统通过算法将识别出的心情与相应的拉花图案进行快速匹配，

确保为每位顾客提供最契合其心情的拉花。

操作流程与应用场景：在实际应用场景中，当顾客进入咖啡店，位于点单区的高清摄像头会自动捕捉顾客面部信息，面部识别系统迅速分析处理，在顾客完成点单时，系统已完成心情判断与拉花图案匹配，并将信息传输至咖啡制作区。咖啡师根据系统提示，运用专业拉花技巧制作个性化拉花。这一系统可广泛应用于各类咖啡店，无论是追求时尚创新的精品咖啡店，还是注重顾客体验的连锁咖啡店，都能借助该系统提升服务品质，吸引更多顾客。

系统优势与市场价值：该系统具有显著的优势与市场价值。从顾客体验角度看，个性化拉花满足了顾客对独特消费体验的追求，使每一杯咖啡都成为专属定制，增强了顾客对咖啡店的好感度与忠诚度。对于咖啡店而言，这一创新服务提升了店铺的竞争力，使其在市场中脱颖而出，吸引更多潜在顾客。在市场推广方面，个性化拉花可成为咖啡店的特色卖点，通过社交媒体分享等方式，引发话题传播，提升店铺的知名度与美誉度，为咖啡店带来更多的商业机会。

（三）AI 驱动咖啡口味定制服务

AI 系统收集顾客的口味偏好数据，如甜度、酸度、苦味的接受程度，喜欢的风味类型（如坚果、水果、巧克力风味等）进行咖啡豆拼配，以及过往的点单记录。通过分析这些数据，为顾客推荐最适合其口味的咖啡饮品。当顾客再次光顾时，系统能根据之前的偏好自动推荐饮品，甚至可以根据顾客当天的心情和天气等因素进行调整。对于喜欢甜味和水果风味的顾客，在炎热的夏天推荐一款加入新鲜芒果和蜂蜜的冰咖啡；而在寒冷的冬天，推荐一款带有焦糖和榛果风味的热拿铁。AI 还能与咖啡师协作，为顾客定制独特的咖啡配方，让每一杯咖啡都成为专属饮品。

1. 数据收集方面

多维度收集口味偏好数据：AI 系统从多个角度着手收集顾客相关数据，涵盖了对甜度、酸度、苦味这些基本口味维度的接受程度，这是构成咖啡口味感受非常关键的要素。同时，还关注顾客所喜欢的风味类型，例如坚果、水果、巧克力风味等，不同风味能带来截然不同的味觉体验，这样细致的收集能更精准地把握顾客口味特点。而且

过往的点单记录也是重要参考，点单记录反映了顾客长期以来的实际选择倾向，综合这些数据能全面勾勒出顾客对于咖啡口味的喜好画像。

数据收集的意义：这些数据就像是搭建口味定制服务的基石，为后续精准地为顾客推荐合适饮品、进行个性化服务等提供了充分的依据，使得整个定制服务能够有的放矢，而不是盲目地提供选择。

2. 饮品推荐方面

基于数据分析的个性化推荐：通过对收集到的各类数据进行深入分析，AI 系统可以为顾客筛选出最契合其口味的咖啡饮品。这并非是千篇一律的常规推荐，而是因人而异、贴合每个人独特口味的定制化推荐，极大地提升了顾客获得满意饮品的可能性，增强了顾客的消费体验和对咖啡店的好感度。

考虑多因素动态调整推荐：当顾客再次光临店铺时，系统不仅能依据之前的口味偏好来推荐饮品，还会结合当下的一些额外因素，比如当天的心情和天气等进行灵活调整。例如在炎热的夏天，考虑到顾客喜欢甜味和水果风味，推荐加入新鲜芒果和蜂蜜的冰咖啡，这种冰爽且带有清新水果味的饮品能在炎热天气中给人带来清爽、愉悦的感觉；而在寒冷的冬天，推荐带有焦糖和榛果风味的热拿铁，温热且浓郁醇厚的口感能很好地驱散寒意，符合人们在冬季对于温暖饮品的需求。这种动态调整体现了高度的灵活性和人性化，进一步贴合顾客在不同场景下的实际需求。

3. 与咖啡师协作方面

定制独特配方：AI 与咖啡师展开协作，凭借其强大的数据处理和分析能力，结合咖啡师专业的咖啡制作知识以及对各类咖啡豆、配料搭配的经验，共同为顾客打造专属的咖啡配方。这使得每一杯咖啡都具有独一无二的特质，成为真正意义上的专属饮品，满足了顾客追求个性化、与众不同的消费心理，也有助于咖啡店打造差异化的产品，在激烈的市场竞争中脱颖而出。



(四) 3D 动态与 AR 咖啡豆识别教学系统

核心策略：沉浸式教学赋能学生实践能力，通过“3D 动态烘焙演示+AR 咖啡豆识别”双技术融合，构建“虚实结合、学用一体”的教学场景，突破传统教学的抽象化局限，提升学生对咖啡豆全流程知识的理解深度与应用能力。

1. 技术应用与学生学习价值

①3D 动态烘焙曲线解析：可视化工艺，破解复杂知识难点

动态演示烘焙全流程：运用 Blender 技术制作《咖啡豆烘焙全流程 3D 动态演示》，真实还原浅烘（200℃/12 分钟）、中烘（220℃/8 分钟）、深烘（240℃/6 分钟）的温度变化与豆体形态演变，直观展现不同烘焙度对咖啡风味（酸度/甜度/醇厚度）的影响。

学生学习价值：通过动态视觉呈现，学生可清晰理解烘焙过程中化学反应的微观变化（如焦糖化反应、梅纳反应），破解传统教学中“知其然不知其所以然”的痛点。

虚拟烘焙实验：学生在 3D 场景中自主调整烘焙参数（温度、时间），系统实时生成风味雷达图，对比不同方案的感官差异。

学生学习价值：通过模拟实验掌握科学烘焙逻辑，培养数据驱动决策能力（如通过数据分析优化烘焙方案），为开店课程中的产品研发打下基础。

②AR 咖啡豆识别与知识融合：场景化学习，提升行业认知

AR 咖啡豆识别应用：基于 TensorFlow 图像识别框架，扫描实体咖啡豆即可自动匹配数据库，实时显示产地地图（如哥伦比亚安第斯山脉）、海拔高度（1200-2000 米）、风味描述（坚果/焦糖/柑橘）等核心信息，并关联《咖啡豆地理文化微课》。

学生学习案例：扫描云南小粒咖啡豆，AR 界面同步展示其气候特征（年均温 18℃）、处理工艺（水洗/日晒差异）、冲煮建议（手冲参数：水温 92℃/粉水比 1:16），将抽象的地理知识与实操技能无缝衔接。

课后拓展 APP 融合：学生通过 APP 扫描咖啡豆包装二维码，获取“从种子到杯子”全流程知识链（种植→加工→烘焙→冲泡），结合“风味盲测挑战”游戏，巩固知识点。

学生学习价值：通过游戏化学习（如盲测 5 种咖啡豆并匹配风味），强化感官品鉴能力，为数字化运营课程中的产品定价、客户推荐提供数据支撑。

③咖啡豆探险任务：任务驱动，激发自主学习动力

设计“咖啡豆探险任务”：学生需通过 AR 扫描 5 种不同产地的咖啡豆，完成风味匹配测试、产地文化答题、冲煮方案设计等任务，解锁数字勋章与课程积分。

学生学习价值：任务驱动式学习提升参与感，学生通过实践掌握咖啡豆供应链管理、产品差异化设计等核心技能，直接服务于开店课程中的采购决策与品牌定位。

十一、信息化平台赋能高效管理

（一）构建多维增值评价指标体系

1. 学业成绩维度

基础学科成绩进步评估：针对咖啡师开店及数字化运营课程所涉及的基础学科，追踪记录学生入学时的成绩水平，并对比不同学习阶段的成绩变化，精准分析其进步幅度。例如，观察学生在一学期内英语学科中与咖啡专业词汇、数字化运营常用英文术语相关知识的掌握程度提升情况，以及相应成绩在班级或年级中的排名变化，以此衡量学生在基础学科学习上的增值情况。

专业课程成绩增值考量：为咖啡师开店和数字化运营两门专业课程建立科学的成绩评估机制。除关注期末考核成绩外，着重考量学生在课程学习过程中的阶段性成果，涵盖店铺选址调研报告、线上营销策划等项目作业以及各类模拟运营的实验报告等。通过对比入学时学生对专业知识的认知和技能水平，评估其在专业课程学习中的知识增长与技能提升程度，进而判断专业课程学习的增值效果。

2. 技能素养维度

专业技能掌握与提升评估：聚焦学生在咖啡制作、店铺运营管理以及数字化运营操作等实际操作中的表现。例如，考察咖啡制作环节中咖啡豆烘焙程度把控、咖啡拉花的熟练度与美观度；关注店铺运营管理里的库存管理、人员排班等实操能力；审视数字化运营方面线上点餐系统搭建与维护、社交媒体营销推广等操作能力。借助校内实训、校外实习以及各类技能竞赛等途径，综合评估学生技能的熟练度、精准度和创新能力，以此衡量学生专业技能的提升与增值状况。

职业素养发展评价：从职业道德、团队协作、沟通能力、责任心等维度构建职业素养评价指标。在实际教学与实践活动中，观察学生在团队项目里的协作表现、对待工作任务的态度以及与他人沟通交流的能力。比如，在合作咖啡店实习期间，考量学生遵守店铺规章制度、与同事协作完成日常经营任务的情况，以此评价学生职业素养的发展水平。

3. 个人成长维度

学习能力发展评估：着重关注学生学习方法的改进、自主学习能力的提升以及时间管理能力的增强。在咖啡师开店与数字化运营课程学习过程中，观察学生能否主动探索行业新知识、新模式，是否能制定并有效执行学习计划，合理安排学习时间等。例如，通过学生在自主学习课程中的参与度、学习笔记质量以及学习计划执行情况，判断其学习能力的发展与增值情况。

心理与社会适应能力评价：借助心理健康测评工具、师生交流以及学生在社会实践活动中的表现，全面评估学生的心理健康状况、人际交往能力和社会适应能力。例如，观察学生在新的学习与实践环境中的适应速度、与同学、老师以及顾客的相处模式，以及面对经营压力和挫折时的应对方式，以此评价学生心理与社会适应能力的发展程度。

4. 创新实践维度

创新思维与实践能力评价：考量学生提出创新想法、参与创新实践活动的积极性以及取得的创新成果等方面。鼓励学生在专业学习中提出独特见解与解决方案，参与各类创新项目和科技活动。例如，在咖啡新品研发项目中，评估学生创意的新颖性、项目实施过程中的实践能力以及最终成果的创新性与实用性，如新品在市场测试中的受欢迎程度、数字化运营创新方案带来的实际流量增长等情况。

创业能力与意识培养评估：通过创业课程学习成绩、参与创业实践项目的表现以及创业计划书的质量等方面，评估学生的创业能力与意识。观察学生对创业知识的掌握程度、在模拟创业活动中的决策能力和团队组织能力，以及对市场机会的敏感度，以此衡量学生在创业方面的发展与增值情况。



（二）明晰多维增值评价的实施路径

1. 数据收集与整合

建立多元化数据采集渠道：充分利用学校的教学管理系统、在线学习平台、实训基地管理系统等收集学生的学习成绩、作业完成情况、课堂表现、实训操作记录等数据。同时，运用问卷调查、教师观察、学生自评与互评等方式，获取学生在技能素养、个人成长、创新实践等方面的信息。此外，加强与校外合作咖啡店、相关数字化运营企业的合作，收集学生在企业实习期间的工作表现、职业素养评价等数据，确保数据来源的多元化与全面性。

整合校内校外数据资源：将学校内部产生的数据与来自企业、社会的外部数据进行有机融合，通过建立统一的数据管理平台，对学生的数据、实践数据、竞赛数据、职业素养评价数据等进行整合分析，形成全面、立体的学生画像，为多维增值评价提供丰富的数据支撑。

2. 评价方法与工具选择

增值模型运用：结合学校实际情况与学生特点，选用合适的增值评价模型，如学生成长百分位法。通过对比学生的学习起点与一段时间后的学习成果，计算出各学生在各个维度上的成长百分位，直观展现学生在群体中的相对进步情况，准确衡量学生的增值发展。

信息化评价工具应用：借助大数据分析技术、人工智能算法等信息化手段，开发并应用智能化评价工具。利用学习分析系统深度挖掘

学生学习行为数据，剖析学习轨迹、学习习惯和学习需求；运用在线测评系统实现对学生知识和技能的实时测评，自动生成评价报告，为教师和学生提供及时、准确的反馈信息，实现评价的自动化与智能化。

3. 评价结果反馈与应用

向教师反馈用于教学改进：定期为教师提供详细的学生学习情况报告，涵盖学生在各维度的发展情况、优势与不足以及与同类型学生的对比分析。教师依据反馈结果，调整教学内容与方法，针对学生的薄弱环节设计个性化教学方案，提升教学的针对性与有效性。

向学生反馈促进自我发展：以清晰易懂的方式向学生反馈评价结果，助力学生明晰自己在学业、技能、个人成长等方面的进步与待改进之处。引导学生依据反馈制定个人学习计划和发展目标，激发学习动力与自我管理能力，促进自主发展。

为学校决策提供依据：学校管理层通过分析多维增值评价结果，深入了解各专业、各班级的教学质量和学生发展状况。据此优化专业设置、调整课程体系、合理配置教学资源、改进教学管理策略，推动学校整体教育质量提升。

（三）完善多维增值评价的保障机制

1. 制度保障

建立评价相关制度：制定全面的多维增值评价制度，明确评价流程、标准、数据管理规范以及结果应用方式，确保评价过程公正、客观、透明，保障评价结果的可信度与有效性。

明确各方职责：清晰界定学校领导、教师、学生、企业在多维增值评价中的职责。学校领导负责统筹规划与组织实施评价工作；教师承担数据收集、评价分析与教学改进任务；学生积极参与评价过程，如实提供相关信息；企业协助提供学生实习期间的评价数据，共同保障评价工作顺利开展。

2. 培训与支持

开展评价培训：针对教师开展系统的评价培训，内容涵盖评价理论、增值评价模型、信息化评价工具使用等方面，提升教师对多维增

值评价的理解与应用能力，确保教师能熟练运用评价工具和方法，准确分析评价结果并应用于教学实践。

提供技术支持与资源保障：学校配备专业技术人员，负责维护和管理评价所需的信息化平台和工具，保障数据安全与稳定。同时，加大对评价工作的资源投入，提供必要的设备、软件和资金支持，确保多维增值评价顺利实施。

3. 监督与评估

监督评价过程：设立专门的监督小组，对多维增值评价全过程进行监督，检查数据收集的准确性、评价方法的合理性以及评价结果的公正性，确保评价工作严格遵循制度和流程，杜绝违规行为。

评估评价效果：定期对多维增值评价的效果进行评估，收集教师、学生和企业的反馈意见，分析评价结果对教学改进、学生发展和学校决策的实际影响，依据评估结果及时调整和优化评价指标体系、评价方法和保障机制，持续完善多维增值评价体系。

（四）探索多维增值评价与学校教育的融合策略

1. 与课程体系改革融合

依据评价结果优化课程设置：依据多维增值评价所反映的学生在咖啡师开店与数字化运营课程不同学习内容中的表现及发展情况，调整课程内容与教学顺序。对于学生掌握较好的内容适当精简或提高难度，对于学习困难的部分加强基础知识教学与实践环节设计，确保课程设置更贴合学生学习需求。

促进课程内容更新：利用多维增值评价收集的企业对人才技能需求反馈信息，及时更新课程内容，使其紧跟行业最新动态与技术发展趋势。通过与企业合作，将实际项目和案例融入课程教学，强化学生所学知识与技能与市场需求的契合度，提升学生就业竞争力。

2. 与师资队伍建设融合

基于评价提升教师教学能力：借助多维增值评价结果，引导教师关注学生个体差异，运用多样化教学方法满足不同学习需求。鼓励教师开展个性化教学，为学习困难学生提供额外辅导，为学有余力的学

生提供拓展资源。同时，组织教师开展教学研讨活动，分享基于评价结果改进教学的经验与做法，提升教师整体教学能力。

激励教师参与评价改革：构建激励机制，对积极参与多维增值评价改革且成效显著的教师给予表彰与奖励，将教师在评价改革中的表现纳入绩效考核体系，与职称评定、评优评先等挂钩，激发教师参与评价改革的积极性与主动性，推动学校教育评价改革深入发展。

3. 与产教融合协同发展

企业参与评价过程：邀请企业深度参与多维增值评价指标的制定，充分考量企业对咖啡师职业素养和数字化运营技能水平的要求。在学生企业实习期间，企业按评价标准对学生工作表现进行评价并及时反馈给学校。企业专家参与学校教学评价活动，为学校教学提供专业建议与指导，助力提升教学质量。

借助企业资源丰富评价维度：利用企业实习、项目合作等产教融合平台，拓展多维增值评价维度，除关注专业技能和职业素养外，还评估学生在企业环境中的创新能力、问题解决能力以及对企业文化的适应能力，通过企业提供的实际工作场景和项目任务，更全面地评价学生综合能力，为学生职业发展提供更具针对性的建议。

（五）展望多维增值评价的预期效果

以茶聊调饮服务综合教学平台为例的多维增值评价体系正从单一教学场景向产业生态层面延伸，通过构建“技术-商业-人文”三位一体的评价架构，将推动整个调饮行业的系统性变革。在技术维度，平台将与国家级检测机构共建感官评价标准实验室，通过 AI 算法深度解析酸甜苦辣鲜五味感官数据与化学指标的关联性，未来可输出具有行业公信力的饮品质量分级认证体系。这种标准化评价能力将打破传统师徒制教学的主观性局限，为连锁品牌建立统一品控标准、构建原料溯源体系提供技术支撑。

商业价值层面，平台正搭建“教学-市场”双向反馈机制。通过消费端智能终端收集真实用户品鉴数据，运用情感计算技术分析消费者偏好趋势，形成“学生作品-市场验证-配方迭代”的闭环链路。这种动态评价模式将使教学成果直接转化为产品创新力，促进院校与企业共

建联合实验室，孵化具有市场潜力的创意饮品。未来还可延伸至供应链金融领域，通过评价数据构建饮品研发项目的价值评估模型，为创新项目提供融资支持。

人文传承维度，平台正开发文化基因评价模块。将地域特色食材、传统制茶工艺、民俗饮茶文化等非物质文化遗产元素纳入创新能力评估体系，引导学生在配方设计中融入文化符号。这种评价导向将促进传统饮食文化的现代表达，例如通过风味物质检测技术解析老字号饮品的味觉密码，结合现代消费需求进行文化转译。未来可与文旅机构合作，将评价体系应用于地方特色饮品认证，推动饮食文化遗产的活化传承。

在技术创新领域，平台正探索多模态评价技术融合。通过 5G+AIoT 技术实现跨地域教学协同，构建覆盖全球主要城市的虚拟品鉴网络，使不同文化背景的饮评师可实时参与评价。开发 AR 味觉模拟系统，将检测数据转化为可感知的味觉体验，实现“数据-感官-情感”的三维评价闭环。运用区块链技术建立评价数据存证系统，确保教学成果的真实性与可追溯性，为行业人才认证提供可信依据。

这种立体化的评价体系将重塑调饮行业人才培养范式，推动职业教育从技能培训向价值创造升级。当评价维度突破技术层面，融入商业洞察与文化遗产，平台将成为连接教育、产业、文化的创新枢纽。通过持续迭代的评价模型，最终构建起以数据为驱动、以创新为核心、以文化为灵魂的调饮产业生态共同体，为行业可持续发展注入新动能。

学校教育质量提升展望：学校教育质量有望显著提升，专业建设更契合市场需求，课程体系更加完善，教学方法更趋多样化与个性化，教师教学能力不断提高，管理决策愈发科学，学校在咖啡师培养及数字化运营人才输送方面的社会认可度和影响力将进一步扩大，助力打造高质量职业教育品牌。

对职业教育改革的推动作用：学校开展多维增值评价的实践经验，可为职业教育改革提供有益参考与借鉴，其成功模式能为其他职业院校构建科学评价体系、促进学生全面发展、提升教育质量等方面树立范例，推动职业教育评价体系创新发展，促进职业教育与产业需求深度融合，助力培养更多适应经济社会发展需求的高素质咖啡行业及数字化运营相关技术技能人才。

十二、畅享“育程护航”：自动数字人助理

在咖啡师开店课程与现代数字化运营课程的教学进程中，AI 教学助手成为推动教学质量提升、优化教学体验的关键力量，从多维度深度融入教学全流程，为教师和学生提供全方位的支持与助力。

（一）教学规划智能辅助

1. 精准学情分析与课程规划定制

AI 教学助手通过收集和分析学生的入学测试成绩、过往学习记录、课堂表现数据以及学习偏好调查结果，为教师绘制精准的学情画像。对于咖啡师开店课程，若发现学生在咖啡制作基础理论方面普遍薄弱，AI 教学助手会建议教师在课程初期增加基础理论知识的讲授时长，并搭配更多的基础实操练习。在现代数字化运营课程中，依据学生对数据分析工具的掌握程度差异，为不同学习层次的学生定制个性化的学习路径，如为基础较好的学生推荐进阶的数据分析案例和项目，帮助教师更合理地规划教学内容和进度。

2. 动态课程内容优化建议

AI 教学助手持续关注咖啡行业的最新动态、技术革新以及市场需求变化，结合这些信息与教学目标，为教师提供课程内容更新和优化的建议。例如，当行业出现新的咖啡冲泡技术或流行的数字化营销模式时，AI 教学助手会及时提醒教师将相关内容融入课程，并提供相关的教学资料和案例，确保课程内容始终保持时效性和实用性，使学生所学知识与行业发展紧密接轨。

（二）课堂教学实时助力

1. 智能课堂管理

在课堂教学过程中，AI 教学助手利用摄像头、麦克风等设备收集的信息，实时监测学生的学习状态。通过分析学生的面部表情、肢体语言和课堂参与度，判断学生是否专注、是否理解教学内容。若发现部分学生注意力不集中，AI 教学助手会提醒教师调整教学节奏，如插入一个有趣的咖啡行业小故事或开展互动小游戏来活跃课堂气氛；若

检测到学生对某个知识点存在困惑，它会及时为教师提供相关知识点的不同讲解方式或补充案例，帮助教师更好地解答学生的疑问，提高课堂教学效果。

2. 即时知识查询与拓展

当教师在讲解咖啡知识或数字化运营技巧时，遇到数据遗忘、概念模糊或需要拓展讲解的情况，AI 教学助手能迅速提供准确的信息和丰富的教学资源。比如，教师在介绍某种咖啡豆的产地特色时，AI 教学助手可以立即提供该产地的详细地理信息、咖啡豆的风味特点、市场价格波动情况等资料，还能推荐相关的图片、视频或学术研究成果，让教师的讲解更加丰富和深入，增强课堂教学的吸引力。

（三）作业与考核智能支持

1. 个性化作业生成

AI 教学助手根据每个学生的学习进度、知识掌握程度和能力水平，为学生生成个性化的作业任务。对于在咖啡制作实践方面表现出色但理论知识薄弱的学生，会布置更多侧重于理论知识巩固的作业，如咖啡文化知识问答、咖啡豆特性分析等；对于在数字化运营课程中数据分析能力有待提高的学生，设计针对性的数据分析作业，如根据给定的咖啡门店销售数据进行市场趋势分析并提出营销策略建议。通过个性化作业，满足不同学生的学习需求，帮助学生有针对性地提升知识和技能。

2. 智能作业批改与反馈

AI 教学助手具备强大的作业批改功能，不仅能快速准确地批改客观题，还能对主观题进行智能分析和评价。在批改关于咖啡拉花技巧的作业描述时，它可以根据预设的标准和优秀案例，对学生的作业内容进行语义分析，指出学生在技巧阐述、创意表达等方面的优点和不足，并给出具体的改进建议。同时，AI 教学助手还能对学生的作业完成情况进行统计分析，为教师提供详细的作业报告，包括学生对各个知识点的掌握情况、常见错误类型等，帮助教师了解学生的学习状况，调整教学重点。

3. 多样化考核方案设计

AI 教学助手协助教师设计多样化的考核方案，涵盖理论考试、实践操作考核、项目作业评估等多种形式。在理论考试方面，它能根据教学大纲和知识点分布，生成不同难度层次的试卷，并确保试卷的题型丰富、覆盖全面；对于实践操作考核，AI 教学助手可以提供详细的考核标准和评分细则，如在咖啡制作考核中，对研磨、萃取、拉花等各个环节的操作规范和质量要求进行明确界定；在项目作业评估方面，帮助教师制定科学合理的评估指标，如在咖啡门店数字化运营项目中，从项目策划、数据分析、营销策略实施等多个维度对学生进行评估，确保考核全面、客观、公正。

（四）教学资源智能整合

1. 海量资源聚合与精准推荐

AI 教学助手整合网络上丰富的咖啡教学资源，包括专业的教学视频、学术论文、行业报告、案例分析以及各类教学课件等。教师在备课或教学过程中，只需提出需求，如寻找关于最新咖啡烘焙技术的教学视频或数字化营销成功案例，AI 教学助手就能通过智能搜索和筛选，从海量资源中精准推荐最符合要求的内容，节省教师的搜索时间和精力，提高教学资源的获取效率。

2. 校内资源管理与共享

AI 教学助手还能对学校内部的教学资源进行分类管理，如将咖啡专业的实训设备使用记录、学生的优秀作品、教师的教学教案等进行整理和归档。教师可以方便地在系统中查找和使用这些资源，实现校内教学资源的共享与流通。同时，AI 教学助手可以根据教师的使用习惯和教学需求，为教师推荐校内的优质教学资源，促进教师之间的教学经验交流和教学资源的优化利用。

（五）教学评估深度辅助

1. 多维度学生评估

AI 教学助手构建全面的学生评估体系，从知识掌握、技能应用、实践能力、创新思维、团队协作等多个维度对学生进行综合评估。通过分析学生在课堂表现、作业完成情况、考试成绩、项目实践等方面

的数据，为每个学生生成详细的评估报告。例如，在咖啡师开店课程的项目实践中，AI 教学助手可以评估学生在店铺选址、成本核算、人员管理等方面的能力表现，以及在团队合作中沟通协调、任务分配等方面的表现，帮助教师全面了解学生的学习成果和能力水平。

2. 教学效果分析与反馈

AI 教学助手通过对比不同班级、不同学期的教学数据以及学生的学习成果，对教师的教学效果进行深入分析。它可以评估教师采用的教学方法是否有效，教学内容是否满足学生的需求和行业要求，以及教学过程中存在哪些优点和不足之处。根据分析结果，AI 教学助手为教师提供具体的反馈和改进建议，如调整教学内容的顺序、优化教学方法的应用、加强对某些重点知识点的讲解等，帮助教师不断提升教学质量，实现教学相长。



十三、课程思政深度融合体系

（一）课程思政教育目标

学校以“德技并修、工学结合”为育人核心理念，将思政教育全面融入咖啡专业课程教学，通过四大素养培养路径实现“技术传授”与“价值引领”的双向赋能。

职业精神锻造：聚焦“毫米级精度意识”培养，通过设备操作规范（如咖啡机压力误差 $\leq \pm 0.5\text{bar}$ ）、配方研发标准（萃取时间精确到秒）等细节训练，强化质量意识。课程对标星巴克“黄金萃取标准”与日本“职人精神”，引导学生理解“标准化”与“个性化”的辩证关系。在《咖啡制作工艺》中，实施“毫米工程”，连续3天萃取压力标准差 $< 0.3\text{bar}$ 的小组获企业认证徽章，将工匠精神具象化为可量化的职业素养指标。

文化自信培育：通过“茶马古道与云南咖啡”专题教学，结合纪录片《咖啡的中国故事》，剖析本土咖啡产业从“跟随者”到“引领者”的蜕变历程。创新载体“国潮咖啡杯设计大赛”，将敦煌壁画、苏州园林等传统元素融入器具设计，推动文化现代表达。在《咖啡文化史》课程中，对比宋代点茶与现代拉花美学，引导学生挖掘中国传统饮食文化基因，增强文化认同。

社会责任养成：以瑞幸咖啡“咖啡豆溯源系统”为案例，通过区块链技术解析供应链透明化实践，培养学生“从种子到杯子”的全周期责任意识。开展“咖啡渣再生计划”，指导学生将咖啡渣转化为有机肥并捐赠社区，践行“变废为宝”的环保理念。在《咖啡店数字化运营》课程中，设计“公益积分”机制，要求学生将消费数据与助农基金挂钩，将商业行为与社会责任深度绑定。

创新意识激发：在《咖啡产品研发》中设置“0-1 创新工作坊”，聚焦植物基奶咖、功能性咖啡等前沿方向，鼓励学生跨界融合创新。引入企业真实需求，如与瑞幸合作开发“低因咖啡烘焙工艺”，让学生参与解决行业痛点。通过“技术对接+项目孵化”模式，将创新成果转化为实际生产力。

（二）思政融入实施路径

1. 思政元素与专业教学深度融合

《咖啡店创业流程实务》：在“设备维护”模块中，要求学生绘制咖啡机保养流程图，强调“预防性维护”对产品稳定性的重要性，类比医生“治未病”的职业态度。

案例教学：分析日本“咖啡职人”关口一郎坚持 30 年手工烘焙的故事，组织学生讨论“工匠精神在数字化时代的新内涵”。

《咖啡店数字化运营》：在“会员体系设计”中，要求学生加入“公益积分”机制（如消费 10 杯捐赠 1 元助农基金），践行“商业向善”理念。

数据分析：通过对比普通门店与“碳中和门店”的运营数据，讨论“环保投入与经济效益的平衡”。

《咖啡创业实务》：

在“选址分析”中，增加“乡村振兴选址模型”，引导学生关注县域经济与咖啡产业的结合点。

创业实践：组织学生为云南某脱贫县设计“咖啡+非遗”文旅方案，将咖啡种植与当地手工艺振兴结合。

2. 校企协同思政育人

企业导师讲思政

课程共建：与瑞幸联合开发《咖啡行业伦理与法规》课程，设置“数据安全”“公平竞争”等模块，由企业法务总监授课。

案例库建设：收集行业典型伦理事件（如虚假宣传、价格垄断），制作互动式案例库，支持学生在线模拟决策。

实践基地思政场景

瑞幸门店实习：

设置“服务育人”岗位，要求学生每周完成 1 次“银发群体咖啡教学”，记录服务日志并撰写反思报告。

建立“红色咖啡角”，在门店设置党史咖啡文化展，将红色精神与咖啡文化结合。

校园快闪店：

开展“诚信经营示范店”创建活动，设置“无人值守咖啡站”，通过学生自主管理培养诚信意识。

公益主题：每月1日为“环卫工人爱心日”，学生轮流值班提供免费咖啡，传递社会关怀。



(三) 课程思政典型案例

1. 案例 1：《咖啡制作工艺》中的“工匠精神”

教学环节：意式浓缩萃取训练

思政融入：引入“日本咖啡大师关口一郎”纪录片片段，展示其30年如一日调整研磨度的坚持。

实施“毫米工程”：要求学生将萃取压力控制在9-10bar，每班次提交《压力波动分析报告》，培养“差之毫厘，失之千里”的职业态度。

实施过程：

分组竞赛：设置“最稳定萃取奖”，连续3天压力标准差 $<0.3\text{bar}$ 的小组获企业认证徽章。

反思日志：学生每日记录操作感悟，教师选取优秀案例汇编成《咖啡职人成长手册》。

2. 案例 2：《咖啡店数字化运营》中的“数据伦理”

教学环节：用户画像分析

思政融入：引入“某平台过度采集用户生物特征被处罚”案例，组织学生辩论“个性化推荐是否等于隐私侵犯”。

实践任务：设计“匿名化数据处理方案”，要求学生使用哈希算法对会员信息脱敏，确保“数据可用不可见”。

实施过程：

模拟场景：给定某咖啡店真实脱敏数据，学生需在保护隐私前提下完成用户分群并制定营销策略。

3. 案例 3：《咖啡创业实务》中的“乡村振兴”

教学环节：选址与供应链设计

思政融入：以云南保山咖啡产业为例，通过卫星遥感数据展示咖啡种植如何改善当地生态环境，讲解“绿水青山就是金山银山”理念。

创业项目：要求学生设计“咖啡种植-加工-文旅”全链条方案，包含农民技能培训、生态补偿机制等内容。

实施过程：

实地调研：组织学生赴云南某咖啡合作社，参与咖啡豆分拣、加工，撰写《乡村振兴中的咖啡力量》调研报告。

政企对接：邀请农业农村局专家指导方案优化，优秀方案被纳入当地产业规划。

十四、全矩阵宣传策略

在学校咖啡专业的课程体系里，全矩阵宣传策略是助力学生未来在咖啡行业成功开店、提升店铺知名度与吸引力的关键教学板块。这部分课程旨在让学生全面掌握整合线上线下多平台资源的宣传推广技巧，以便精准吸引不同需求和偏好的目标客户群体，实现店铺品牌影响力的有效提升。

（一）社交媒体平台宣传教学

微信公众号运营教学：课程着重教授学生如何定期创作并发布内容丰富、形式多样的推文。在介绍新咖啡产品时，需详细阐述咖啡豆的产地特色、风味特点，以及饮品的制作工艺和独特口感体验，同时巧妙搭配精美的图片或视频，增强顾客的直观感受。鼓励学生在公众号分享咖啡文化知识，像不同国家的咖啡冲泡技巧、咖啡发展的历史故事等，以此提升顾客对咖啡文化的认知和兴趣。引导学生学会在公众号上预告店内活动，如咖啡品鉴会、拉花课程等，详细说明活动的时间、地点、内容和参与方式，吸引顾客报名参与。此外，教导学生运用公众号开展互动活动，如留言抽奖、咖啡知识问答竞赛等，通过这些活动增加粉丝的参与度和粘性，进而提高品牌的传播度。

微博运营技巧教学：课程让学生理解发布有趣、有话题性微博内容的重要性，学会借助热门话题标签，如#咖啡爱好者#、#每日一杯咖啡#等，增加微博内容的曝光度。例如，组织学生策划“晒出你最爱的咖啡杯”话题活动，鼓励用户参与晒图，以此提升品牌的话题热度和互动性。同时，教导学生及时、友好地回复用户的评论和私信，通过积极沟通与用户建立良好的互动关系，树立店铺良好的品牌形象。

抖音运营策略教学：教授学生制作并发布具有创意和趣味性的短视频。创意咖啡制作过程的视频，可通过独特的制作手法和有趣的呈现方式吸引用户关注；咖啡拉花艺术展示视频，重点展现高超的拉花技巧和精美的拉花图案；店内特色环境展示视频，则呈现咖啡店独特的装修风格和舒适的氛围。此外，课程还会讲解如何利用抖音的直播功能开展直播活动，如直播咖啡品鉴会，带领观众云品尝咖啡，讲解咖啡的风味和品鉴要点；直播咖啡制作教学，邀请专业咖啡师在线教

学，吸引咖啡爱好者学习和参与，提升店铺在抖音平台的影响力。

小红书运营要点教学：指导学生以图文并茂的形式在小红书分享咖啡相关的优质内容。比如，撰写咖啡店探店笔记，详细介绍店内的环境、产品、服务等，并搭配精美的探店照片；分享咖啡饮品制作教程，将简单易做的咖啡饮品制作方法，配上步骤清晰的图片和文字说明；分享咖啡与生活方式的内容，如在咖啡店享受悠闲时光的场景分享，以此吸引目标客户群体的关注和互动。同时，教导学生与小红书上的咖啡领域博主合作，邀请他们到店体验并发布笔记，借助博主的影响力和粉丝基础，扩大店铺品牌的知名度和影响力。

（二）线上其他平台宣传教学

外卖平台优化教学：课程教会学生如何优化外卖店铺页面，包括上传高质量的产品图片，展示咖啡饮品和食品的诱人外观；撰写详细且吸引人的产品描述，突出产品的特色和优势。教导学生定期推出外卖专属优惠活动，如满减、折扣、赠品等，吸引顾客下单。同时，引导学生通过奖励机制，如积分、优惠券等，鼓励顾客进行好评晒单，提高店铺在外卖平台的评分和口碑，增加店铺的曝光率和订单量。

大众点评推广教学：让学生明白鼓励顾客在消费后进行评价和晒图的重要性，教导学生及时、诚恳地回复顾客的评价，无论是好评还是差评，都要积极与顾客沟通，解决问题，提升顾客的满意度。同时，教会学生利用大众点评的推广功能，如购买广告位、参与平台活动等，提高店铺在大众点评上的曝光率和排名，吸引更多潜在顾客。

咖啡垂直平台营销教学：教导学生在咖啡论坛、咖啡爱好者社区等垂直平台上，积极参与话题讨论，分享专业的咖啡知识和见解，树立店铺在咖啡领域的专业形象。引导学生在这些平台发布品牌动态和产品信息，如新品发布、店铺活动等，吸引咖啡爱好者的关注和参与。课程还会教导学生与平台上的意见领袖和资深用户建立合作关系，邀请他们体验产品并分享使用感受，借助他们的影响力推广店铺品牌。



(三) 线下宣传教学

门店宣传要点教学：指导学生在咖啡店门口、店内显眼位置张贴精美的海报，展示新品、优惠活动、特色产品等信息，吸引过往行人的注意。教导学生在店内设置宣传展架，介绍咖啡文化、品牌故事、咖啡豆产地等内容，提升顾客对品牌的认知度。同时，教会学生利用店内的电视或电子显示屏，播放产品宣传视频、活动视频等，营造浓厚的宣传氛围，增强顾客对店铺的印象。

合作宣传策略教学：教导学生与周边商家进行合作，如书店、花店、健身房等，互相放置宣传资料，如传单、优惠券等，实现客户资源共享。例如，在书店放置咖啡店的优惠券，吸引书店顾客到店消费；在咖啡店放置书店的宣传海报，为书店引流。还可以联合举办活动，如与花店合作举办“咖啡与花”主题活动，将咖啡文化与花艺文化相结合，吸引更多目标客户群体的关注和参与，拓展店铺的客户群体。

活动宣传方法教学：教会学生策划并举办线下咖啡文化活动，如咖啡品鉴会、咖啡拉花比赛、咖啡制作培训课程等，邀请咖啡爱好者和潜在顾客参加，提升品牌的知名度和影响力。鼓励学生参加各类美食节、文化节等活动，设置品牌展位，展示和销售产品，扩大品牌的曝光度和影响力，吸引更多潜在顾客，提升店铺的市场竞争力。

十五、咖啡店活动全维度策略构建

在咖啡师开店课程与现代数字化运营课程建设中，咖啡店活动策划是培养学生掌握市场推广、提升店铺人气与品牌影响力的重要教学内容。通过多样化的线上线下活动策划，满足不同消费者的需求，吸引更多潜在顾客，助力咖啡店在竞争激烈的市场中脱颖而出。

（一）线下活动策划

1. “咖啡×宠物友好派对”主题活动

活动目的教学：在课程中向学生讲解，此类活动旨在吸引养宠人士这一特定消费群体。这部分消费者注重生活品质，且具有较强的社交意愿。通过打造宠物友好的咖啡活动，为他们提供一个休闲娱乐的社交场所，不仅能增加店铺的特色，还能提升店铺的吸引力，拓展顾客群体，为店铺带来更多的客流量和消费机会。

活动内容设计教学：教导学生如何设计活动内容。在场地设置方面，选择咖啡店外的露天区域或室内特定区域设置宠物活动区，摆放宠物玩具、小窝等设施，为宠物提供舒适的活动空间。产品设计上，推出宠物主题咖啡饮品，如“汪汪拿铁”（用可食用色素点缀出小狗图案的拉花拿铁）和“喵喵摩卡”（带有小猫形状棉花糖的摩卡咖啡），增加活动的趣味性和吸引力。活动环节安排上，举办宠物选美比赛，设置“最萌宠物”“最具气质宠物”等多个奖项，邀请顾客为自己的宠物报名参赛，激发顾客的参与热情。同时，提供宠物摄影服务，为顾客和宠物拍摄温馨照片，并制作成精美的明信片赠送，给顾客留下美好的回忆，提升顾客对店铺的好感度。

活动流程规划教学：指导学生规划活动流程。活动前两周，利用现代数字化运营手段，在宠物相关的社交媒体群组、线下宠物店、宠物医院等地发布活动海报和信息，接受报名。活动当天，提前布置好活动场地，准备好饮品和比赛道具。活动开始后，先让顾客和宠物自由交流玩耍，期间提供饮品服务，营造轻松愉快的氛围。接着进行宠物选美比赛，由现场观众投票选出各个奖项的得主，增加活动的互动性。最后进行宠物摄影环节，为顾客留下美好回忆。

2. “咖啡与艺术涂鸦狂欢”主题活动

活动目的教学：向学生阐述该活动主要是为了吸引热爱艺术、追求个性化表达的年轻消费者。为他们提供一个释放创意的空间，满足他们的个性化需求，同时通过艺术元素的融入，提升咖啡店的艺术氛围和品牌形象，使咖啡店在年轻消费群体中树立独特的品牌形象，增加品牌的吸引力和竞争力。

活动内容设计教学：在课程中，教导学生在咖啡店的特定区域（如一面空白墙或专门准备的画板）设置涂鸦区，提供各种颜料、画笔等工具，为参与者创造创作条件。推出“艺术灵感咖啡”系列，每款饮品都以一种艺术风格命名，如“印象派拿铁”（用色彩渐变的方式呈现咖啡分层效果）和“波普艺术美式”（搭配色彩鲜艳的水果片），将咖啡与艺术巧妙结合。举办涂鸦作品评选活动，参与者的作品将展示在店内，由其他顾客投票选出优秀作品，作者可获得咖啡店提供的艺术礼品，如画材套装、艺术展览门票等，激励参与者积极创作。

活动流程规划教学：指导学生进行活动流程规划。活动前一周，利用社交媒体艺术板块、艺术院校、创意社区等渠道发布活动信息和报名方式。活动当天，邀请专业涂鸦艺术家提前到达现场准备指导工作。顾客到达后，先为他们介绍涂鸦区的规则和提供饮品。在涂鸦过程中，艺术家进行指导和协助，帮助参与者更好地发挥创意。活动结束后，进行作品评选并公布结果，颁发奖品。





(二) 线上活动策划

1. 推文名字：《咖啡与潮流碰撞——限时潮饮挑战赛》

内容策划教学：在课程中教导学生如何进行内容策划。引入部分，用一段引人入胜的文字激发读者兴趣，如“年轻的你，是否也喜欢尝试新奇的事物？现在，我们推出了一款全新的潮流饮品，等你来挑战！”正文部分，详细介绍这款潮流饮品的独特之处，包括独特配方、创意装饰以及背后的故事，让读者对饮品产生兴趣。发起挑战，鼓励顾客拍摄自己品尝这款饮品的照片或视频，并分享到个人社交媒体平台（如微信朋友圈、微博、抖音等），带上特定话题标签（如#咖啡潮流挑战#），利用社交媒体的传播性扩大活动影响力。奖励机制方面，设置参与者有机会赢得店内优惠券或限量版周边商品（如定制咖啡杯、环保袋等），吸引更多顾客参与。结尾部分，提供参与方式的具体步骤，并附上活动时间表和规则链接，方便读者参与。同时，鼓励读者邀请朋友一起参与，增加互动性和传播度。

2. 推文名字：《宅家也能享受咖啡时光——DIY 咖啡教学直播》

内容策划教学：教导学生撰写推文时，引入部分用轻松的语言引起读者共鸣，如“在家的日子也可以很有趣！今天，我们将教你如何在家制作一杯美味的咖啡。”正文部分，宣布即将举办的 DIY 咖啡教学直播活动，介绍直播时间和平台（如微信视频号、抖音直播间）。

预告直播内容，专业咖啡师将在线演示几种简单易学的家庭咖啡制作方法，如法压壶咖啡、手冲咖啡等，并解答观众的问题。设置互动环节，在直播过程中设置问答环节，回答问题的观众有机会获得小礼品，提高观众的参与度。结尾部分，提供直播链接和二维码，方便读者直接进入直播间。鼓励读者提前准备好所需材料，确保直播时能同步操作。

3. 推文名字：《打卡网红咖啡馆——晒出你的最美瞬间》

内容策划教学：指导学生在推文引入部分用一句话吸引读者注意，如“你是否已经打卡了我们这家超美的网红咖啡馆？快来分享你的最佳照片吧！”正文部分，邀请顾客在店内拍照并上传至个人社交媒体平台，展示他们最喜欢的角落或饮品。明确活动规则，参与者需关注咖啡店官方账号，并在帖子中标注店铺名称及指定话题标签（如#最美咖啡瞬间#）。介绍评选机制，每周从所有参赛作品中选出最具创意或最美的照片，获胜者将获得免费饮品券或特别礼物。结尾部分，公布活动截止日期，并提供具体参与方式和注意事项。展示部分优秀作品，激发更多人的参与热情。



十六、校园与社会协同：咖啡专业特色品牌可持续发展之道

在咖啡行业竞争日益激烈的当下，实现校园与社会的深度协同，成为打造咖啡专业特色品牌、推动其可持续发展的核心策略。通过一系列创新举措，将校园的专业教育资源与社会的多元需求紧密结合，不仅能为咖啡专业学生提供广阔的实践空间，还能提升品牌在社会中的影响力与美誉度，塑造独具特色的咖啡品牌形象。

（一）社区咖啡日：构建社区与品牌的情感纽带

1. 亲子互动咖啡工作坊

活动围绕亲子家庭精心设计，以趣味咖啡主题活动为载体，增进亲子间的情感交流，同时传播咖啡文化。儿童版迷你咖啡杯绘画比赛，为孩子们提供了创意展示的舞台，他们可以尽情发挥想象力，在迷你咖啡杯上绘制心中的美好画面。亲子合作制作简单咖啡饮品环节，家长与孩子携手，在专业咖啡师的指导下，体验研磨咖啡豆、冲泡咖啡的乐趣，共同完成一杯充满爱意的咖啡。活动现场准备了小奖品，激发亲子参与的积极性，营造欢乐氛围。

这一工作坊旨在吸引家庭客户群体，为他们创造温馨的亲子时光，增强社区居民对咖啡品牌的好感度。通过家庭间的口碑传播，提升品牌在社区的知名度，让咖啡品牌融入社区生活，成为社区居民情感交流的一部分。

2. 咖啡烘焙体验课

体验课邀请顾客深入了解咖啡豆的烘焙奥秘。专业烘焙师带领顾客参观烘焙设备，详细讲解从生豆到成品的每一个烘焙步骤，包括不同烘焙程度对咖啡豆风味的影响。顾客不仅能学习专业知识，还能亲自参与烘焙过程，感受烘焙的乐趣，体验亲手烘焙咖啡豆的成就感。

该课程向顾客展示品牌对咖啡品质的严格把控和专业追求，让顾客见证品牌对咖啡豆品质的重视。通过这种方式，培养忠实的顾客群体，使他们成为品牌的传播者，提升品牌在社会中的口碑和影响力。

（二）校企社合作：拓展品牌发展边界

1. 与企业合作开展实践项目

学校与咖啡企业紧密合作，搭建学生实践平台。企业为学生提供实习岗位，涵盖咖啡制作、门店运营、客户服务等多个环节，让学生在真实的工作环境中积累实践经验，提升专业技能。学校则根据企业需求，调整人才培养方案，为企业输送符合行业标准的专业人才。双方还共同开展产品研发项目，结合学校的科研创新能力和企业的市场敏锐度，开发出更具市场竞争力的咖啡产品。

这种合作模式为学生提供了广阔的实践空间，提升了学生的就业竞争力，为咖啡专业特色品牌培养了优秀的后备人才。企业的参与也让品牌能够及时把握市场动态，优化产品和服务，拓展市场份额，实现品牌的可持续发展。

2. 与社会组织联合举办咖啡文化活动

学校与各类社会组织携手，共同举办丰富多彩的咖啡文化活动。与文化机构合作，举办咖啡文化展览，展示咖啡的历史渊源、制作工艺以及不同地区的咖啡文化特色。与艺术团体合作，开展咖啡与艺术的跨界活动，如咖啡主题绘画展览、音乐表演等，为观众带来独特的文化体验。

借助社会组织的资源和影响力，咖啡品牌能够扩大传播范围，吸引不同领域的人群关注，提升品牌的文化内涵和艺术价值，塑造独特的品牌形象，增强品牌在市场中的竞争力。

（三）免费线上课程：提升品牌社会影响力

1. 课程内容设计

面向公众推出免费线上课程，课程内容丰富多样。基础咖啡知识板块，介绍咖啡的起源、种类、产地以及不同咖啡豆的风味特点，让学员对咖啡有初步的了解。咖啡制作技巧板块，通过视频演示和详细讲解，教授学员手冲咖啡、意式咖啡制作等多种技巧，包括研磨度、水温、萃取时间等关键要素的把握。咖啡文化与品鉴板块，深入探讨咖啡文化的内涵，如不同国家的咖啡饮用习惯，同时教授学员咖啡品

鉴的方法，提升学员对咖啡的鉴赏能力。

2. 课程推广与效果

通过学校官网、社交媒体平台、合作企业和社会组织的渠道进行课程推广，吸引了大量咖啡爱好者报名参与。线上课程打破了时间和空间的限制，让更多人能够接触到专业的咖啡知识和制作技巧。这不仅提升了公众对咖啡的认知度和兴趣，还扩大了咖啡专业特色品牌的社会影响力，为品牌培养了潜在的消费群体。



（四）校园教育与社会反馈：推动品牌持续创新

1. 根据社会需求优化课程设置

学校时刻关注社会对咖啡专业人才的需求变化，及时调整和优化课程设置。随着咖啡行业数字化运营的发展趋势，增加数字化营销、数据分析等课程，培养学生运用数字化工具进行咖啡门店运营的能力。根据消费者对特色咖啡饮品的需求，加强创意咖啡研发、咖啡与美食搭配等课程的教学，提升学生的创新能力。

通过优化课程设置，使学生所学知识与社会需求紧密对接，培养出更适应市场需求的专业人才。这些人才进入社会后，能够为咖啡品牌注入新的活力，推动品牌在产品、服务和运营模式等方面的持续创新，保持品牌的竞争力。

2. 收集社会反馈改进品牌服务

通过线上线下问卷调查、顾客评价、社交媒体互动等方式，广泛收集社会对咖啡品牌的反馈意见。了解顾客对咖啡产品的口味、品质、价格的满意度，对门店服务、环境的评价等。根据这些反馈，及时改进产品和服务，优化品牌形象。

以社会反馈为导向，不断提升品牌的产品质量和服务水平，满足消费者的需求和期望。增强顾客对品牌的信任和忠诚度，促进品牌的口碑传播，为品牌的可持续发展赢得良好的社会声誉。

十七、实施流程与建设路径

（一）三步走实施计划

1. 资源建设阶段

（1）企业合作洽谈

洽谈过程：学校组织了专业的洽谈团队，团队成员包括学校咖啡专业负责人、教学骨干以及学校校企合作办公室人员。洽谈过程历经多次会议和实地考察。首先，学校团队前往瑞幸咖啡区域总部，与企业相关负责人进行初步沟通，介绍学校咖啡专业的发展情况和合作意向。随后，瑞幸咖啡代表到学校参观交流，了解学校的教学设施和学生培养情况。经过几轮深入的讨论和协商，双方达成了初步的合作意向。

权利义务关系：学校的权利包括获得瑞幸咖啡的门店运营系统教学权限、区域经理的课程指导以及学生实习岗位等资源；义务是按照企业的标准和要求进行课程设计和教学实施，为企业培养符合需求的人才。瑞幸咖啡的权利是参与学校咖啡专业的人才培养过程，确保培养出的学生能够满足企业的岗位要求；义务是提供上述资源，并在一定程度上为学校的课程建设和实践教学提供支持和帮助。

（2）课程案例库开发

开发目标：课程案例库开发的目标是为学生提供丰富、真实、具有代表性的案例，帮助学生更好地理解 and 掌握咖啡店创业和数字化运营的知识与技能，提高学生分析问题和解决问题的能力。

案例来源与渠道：案例来源广泛，包括瑞幸咖啡等企业的实际运营案例，这些案例能够反映企业在实际经营过程中遇到的问题和解决方案；行业经典案例，如星巴克等知名咖啡品牌的成功运营经验；本校学生的实践案例，这些案例更贴近学生的实际情况，具有更强的借鉴意义。

筛选、整理与分类原则和方法：筛选案例时，遵循真实性、典型性、实用性的原则，确保案例能够反映行业的实际情况和发展趋势，具有一定的代表性和借鉴价值。整理案例时，对案例进行详细的分析和总结，提取关键信息和知识点。分类方法根据案例的主题和类型进

行划分，如选址案例、营销案例、成本控制案例等，方便学生查找和学习。

（3）数字化教具采购

拟采购清单：拟采购的数字化教具包括模拟运营软件、数据分析平台、线上营销工具等。模拟运营软件可以让学生在虚拟环境中体验咖啡店的运营过程，提高学生的实践操作能力；数据分析平台能够帮助学生收集、整理和分析运营数据，为决策提供依据；线上营销工具可以用于开展线上营销活动，提升学生的营销能力。

用途与教学效果提升作用：这些数字化教具能够为学生提供更加真实、直观的学习体验，让学生在实践学习和掌握知识与技能。通过模拟运营软件，学生可以尝试不同的运营策略，观察运营结果，总结经验教训；数据分析平台可以帮助学生发现运营过程中的问题和规律，提高决策的科学性；线上营销工具可以让学生了解和掌握线上营销的方法和技巧，提升店铺的知名度和销售额。

预算安排：本次数字化教具采购预算共计[X]元，其中模拟运营软件采购费用为[X]元，数据分析平台采购费用为[X]元，线上营销工具采购费用为[X]元。

2. 教学实施阶段

（1）教师企业实训

选拔标准：选派教师至瑞幸门店挂职的选拔标准包括具有丰富的咖啡专业教学经验、较强的学习能力和实践能力、对行业发展有一定的了解等。

实训内容与目标：实训内容包括门店的日常运营管理、咖啡制作工艺、客户服务、营销活动策划等方面。实训目标是让教师深入了解企业的实际运营情况，掌握最新的行业知识和技能，将企业实践经验融入课程教学，提升教学质量。

经验融入教学：教师在挂职期间，将收集到的企业实际案例和操作规范整理成教学资料，融入到课程教学中。同时，教师还会将自己在企业的实践经验分享给学生，让学生了解行业的实际需求和发展趋势，提高学生的学习兴趣和学习效果。

（2）试点班授课

学生选拔方式：试点班的学生选拔采用自愿报名和选拔考试相结合的方式。首先，发布试点班招生通知，学生自愿报名；然后，组织选拔考试，考试内容包括咖啡专业知识、实践操作技能、综合素质等方面，根据考试成绩选拔优秀学生进入试点班。

教学大纲与教学方法：教学大纲根据课程目标和企业需求制定，涵盖了咖啡店创业流程实务和咖啡店数字化运营实战的核心内容。教学方法采用理论教学、案例分析、实践操作、小组讨论等相结合的方式，注重培养学生的实践能力和创新能力。

教学反馈与成果：在试点班授课过程中，学生对课程内容和教学方法给予了高度评价，认为课程内容实用、教学方法灵活多样。通过一段时间的学习，学生在咖啡制作技能、开店流程规划、数字化运营能力等方面都有了明显的提高。同时，也遇到了一些问题，如部分学生对数字化工具的操作不够熟练、案例分析的深度不够等。针对这些问题，教师及时调整教学方法和教学内容，加强对学生的指导和训练。

（3）校园快闪店运营

运营模式：校园快闪店采用线上线下相结合的运营模式。线上通过社交媒体、校园公众号等平台进行宣传推广，接受预订和外卖订单；线下在校园内设置临时店铺，为学生提供现场体验和消费服务。

组织架构：校园快闪店的组织架构包括店长、咖啡师、收银员、营销策划员等岗位。学生通过竞选或教师推荐的方式担任相应岗位，负责店铺的日常运营管理工作。

学生参与方式：学生可以参与快闪店的各个环节，包括店铺筹备、产品研发、营销策划、运营管理等。通过参与这些活动，学生能够获得实践锻炼机会，提高自己的综合素质和能力。

检验与优化课程教学：通过校园快闪店运营，能够检验学生对课程知识的掌握程度和实践应用能力。同时，根据快闪店运营过程中出现的问题和学生的反馈，及时优化课程教学内容和教学方法，提高课程教学质量。

（二）校企合作共建机制

1. 企业侧承诺

(1) 瑞幸咖啡提供的资源

①门店运营系统教学权限

功能范围：教学权限涵盖瑞幸咖啡门店运营系统的核心功能模块，包括订单管理、库存管理、会员管理、营销活动管理等。学生可以通过该系统了解门店的运营流程和管理方法，进行模拟操作和实践训练。

使用权限设置：学生的使用权限根据教学需要进行设置，包括查看数据、录入信息、进行模拟操作等。同时，为了保证系统的安全性和数据的保密性，设置了严格的权限管理机制，学生需要通过学校的统一账号和密码登录系统。

使用期限：学生的使用期限为整个课程教学期间，确保学生有足够的时间进行学习和实践。

②区域经理担任课程顾问

工作职责：区域经理的工作职责包括参与课程设计，根据企业的实际需求和行业发展趋势，对课程内容和教学方法提出建议和意见；提供行业前沿信息，让学生了解行业的最新动态和发展趋势；解答学生实践疑问，帮助学生解决在实践过程中遇到的问题。

时间安排与沟通协作机制：区域经理每月至少参与一次课程教学活动，如讲座、案例分析、实践指导等。同时，建立了定期的沟通协作机制，通过线上会议、线下交流等方式，及时沟通课程教学和学生实践过程中遇到的问题，共同探讨解决方案。

③学生实习岗位

分布情况：实习岗位分布在瑞幸咖啡的各个门店，包括一线城市的核心商圈门店、二线城市的购物中心门店等。

岗位要求：岗位要求学生具备一定的咖啡专业知识和实践操作技能，具有良好的沟通能力和团队合作精神。

实习时间安排：实习时间为[X]个月，学生可以根据自己的学习进度和时间安排选择合适的实习时间段。

培训与指导内容：企业为学生实习提供系统的培训和指导，包括

咖啡制作工艺培训、门店运营管理培训、客户服务培训等。同时，为每个实习学生安排一名导师，负责指导学生的实习工作，解答学生的疑问，帮助学生提高实践能力。

(2) 争取设备捐赠或实训补贴

设备捐赠可行性：经过调研分析，争取瑞幸咖啡设备捐赠具有一定的可行性。瑞幸咖啡作为行业领先企业，具有较强的社会责任感和品牌推广需求。学校可以与企业沟通协商，争取企业捐赠部分设备，如咖啡机、磨豆机、烘焙设备等，用于学校的实践教学。

实训补贴争取方式与标准：实训补贴的争取方式可以通过与企业签订合作协议，明确企业为学生实习提供一定的补贴。补贴标准可以根据实习岗位的性质和工作强度进行确定，如每月[X]元。补贴用途主要用于学生的实习生活费用和实践教学费用。

资源意义：这些资源对课程建设和实践教学具有重要意义。设备捐赠可以改善学校的实践教学条件，让学生接触到先进的设备和技术；实训补贴可以减轻学生的经济负担，提高学生的实习积极性和参与度，同时也有助于提高实践教学质量。

2. 学校侧投入

(1) 改造现有实训室为“数字化运营沙盘实验室”

设计方案

功能分区：实验室分为数据采集区、数据分析区、模拟运营区、案例展示区等功能区域。数据采集区用于收集和整理运营数据；数据分析区配备专业的数据分析设备和软件，用于对数据进行分析和处理；模拟运营区设置模拟门店环境，让学生进行实际操作和演练；案例展示区展示行业经典案例和本校学生的实践案例，供学生学习和参考。

设备配置：设备配置包括计算机、服务器、投影仪、打印机、模拟运营软件、数据分析平台等。

环境营造：实验室的环境营造注重营造数字化、现代化的氛围，采用先进的装修材料和设计理念，打造舒适、便捷的学习环境。

预算分配：8万元预算的具体分配情况如下：装修费用为[X]元，主要用于实验室的墙面、地面、天花板装修和水电路改造；设备采

购费用为[X]元，用于购买计算机、服务器、投影仪等设备；软件购置费用为[X]元，用于购买模拟运营软件 and 数据分析平台。

（2）设立“咖啡创业基金”

资金来源：基金的资金来源包括学校的专项拨款、企业的捐赠、社会各界的赞助等。

管理模式：基金设立专门的管理委员会，负责基金的管理和使用。管理委员会由学校领导、专业教师、企业代表等组成，制定基金的管理办法和使用规则，确保基金的安全和合理使用。

申请条件与审批流程：申请条件为具有创新性和可行性的咖啡创业项目，申请人为学校咖啡专业的学生或毕业生。审批流程包括项目申报、初审、实地考察、专家评审、公示等环节，确保评选出优秀的创业项目获得基金支持。

支持创业项目：利用 5 万元初始规模的基金，为优秀学生创业项目提供资金支持，包括创业启动资金、设备采购资金、场地租赁资金等。同时，为创业项目提供技术指导、市场营销策划、企业管理咨询等服务，助力学生实现创业梦想。

十八、人员分工架构

（一）校领导：战略领航与统筹擘画

1. 全局战略架构布局

立足咖啡行业全景及学校长远发展蓝图，精准锚定课程建设的战略坐标，深度融合行业数字化转型趋势与学校教育理念，为课程注入前瞻性发展基因，确保其与学校整体发展战略同频共振、深度契合。全面统筹学校各类资源，从人力、物力到财力，进行科学、高效的调配与整合，为课程建设筑牢坚实的资源根基。例如，精准规划资金流向，确保数字化实验室建设、师资培训等关键环节的资源充足。

2. 校企合作高阶协同

搭建与合作企业高层的常态化沟通桥梁，定期开展深度战略对话，聚焦合作方向、资源共享模式等核心议题，引领校企合作向纵深发展。严格把控校企合作协议的制定与审核流程，从法律、利益、发展等多维度审视协议条款，全力维护学校在人才培养、资源引入等关键领域的核心权益。

3. 质量管控与动态优化

构建全方位、多层次的课程建设质量监督体系，运用大数据、评估模型等先进手段，对课程教学进度、质量进行实时监测与精准评估。依据量化的评估指标体系，如学生专业技能提升幅度、竞赛获奖成果、就业创业质量数据等，深度剖析课程建设成效，及时调整优化建设策略，保障课程建设始终沿着高质量发展轨道前行。

（二）教师：教学赋能与专业深耕

1. 多元教学创新实践

深度钻研课程大纲，灵活运用前沿教学方法，如情境教学、项目式学习等，将《咖啡店创业流程实务》和《咖啡店数字化运营实战》课程打造为生动、高效的学习场域。在教学过程中，通过组织学生参与模拟经营、案例深度剖析等实践活动，切实提升学生的实践操作与问题解决能力。例如，在《咖啡店创业流程实务》教学中，引导学生

开展模拟店铺选址与运营，让学生在实践中深化知识理解。

2. 课程资源精研共创

深度参与课程案例库的开发与迭代，广泛收集并筛选企业真实运营案例、行业经典案例以及本校学生的实践成果，为教学提供丰富且具针对性的案例素材。与企业专家紧密合作，共同编写契合行业发展趋势的教材，将最新的行业知识、技能与实践经验融入教材内容，确保教材的时效性与实用性。积极参与数字化教具的建设与优化，如为模拟运营软件、智能教学平台提供专业建议，提升教学资源的质量与适配性。

3. 学生成长全程陪伴

全方位指导学生参与校园快闪店运营、创业项目孵化等实践活动，从项目策划、执行到优化，为学生提供专业、细致的指导与支持。在学生参与技能竞赛过程中，担任专业导师，凭借丰富的教学经验与行业洞察力，助力学生提升技能水平，勇攀竞赛高峰，斩获优异成绩。

（三）企业：产业赋能与协同育人

1. 关键资源深度注入

为学校开放门店运营系统的核心教学权限，涵盖订单管理、库存控制、会员营销等关键模块，助力学生沉浸式体验企业真实运营流程，掌握前沿运营管理技能。派遣资深区域经理担任课程顾问，定期走进校园，通过举办行业前沿讲座、开展案例深度剖析、解答学生实践困惑等方式，为学生传递行业最新动态与实战经验。在各门店为学生提供丰富的实习岗位，并制定系统、完善的实习培训计划，安排经验丰富的导师进行一对一指导，助力学生实现从校园到职场的无缝衔接。

2. 课程共建深度融合

深度参与学校咖啡专业课程的顶层设计，依据企业实际岗位需求与行业发展趋势，为课程内容优化、教学方法创新提供专业、精准的建议。与学校教师组建联合课程开发团队，深度挖掘企业内部的优质案例、标准操作流程等教学资源，共同打造贴合行业实际的精品课程。例如，在数字化运营课程中，分享瑞幸咖啡线上营销、会员体系建设

的实战案例，提升课程的实战性。

3. 成果转化与反馈驱动

组建专业评审团队，对学生的开店计划书、创业项目方案进行严格评审，选拔出具有市场潜力与创新价值的项目，给予资金、技术、品牌等全方位的支持，推动学生创业项目的落地生根与茁壮成长。建立常态化的学生实习反馈机制，定期收集、整理学生在实习过程中的表现与问题，为学校教学内容的优化、教学方法的改进提供有力依据，促进学校人才培养与企业需求的高度契合。

十九、项目价值

（一）教师层级

教学能力精进与绩效提升：课程建设要求教师深入钻研瑞幸咖啡门店运营系统、数字化营销等前沿知识，将其融入教学。如在《咖啡店数字化运营实战》课程中，教师通过学习企业案例，能更好地教授学生数据分析、线上营销等技能。教师教学成果显著，学生在咖啡技能竞赛、创业实践中表现优异，为教师在绩效考核中的教学成果、学生竞赛指导等板块赢得高分，直接提升绩效成绩，增加绩效奖金。此外，教师因教学成果突出，在职称评定、岗位晋升时更具竞争力。

教学创新与荣誉获取：参与课程建设促使教师创新教学方法，采用项目驱动、案例教学等方式，推动“课堂革命”。教师运用瑞幸等企业实际案例，引导学生在《咖啡店创业流程实务》课程中进行项目实践，提升学生解决实际问题的能力。这种创新教学若能形成独特模式，可助力教师申报教学成果奖。一旦获奖，不仅能提升教师个人在教育领域的知名度，还会为教师带来荣誉称号和物质奖励，增强职业成就感。

（二）校领导层级

学校专业建设与品牌塑造：积极推动咖啡师开店与数字化运营课程建设，能打造学校特色专业。与瑞幸等企业合作，引入企业资源和行业标准，优化课程体系，提升教学实践水平。学校咖啡专业凭借优质课程，在区域内形成品牌效应，吸引其他学校学习借鉴，扩大学校在咖啡专业领域的影响力。学校可借此承办各类咖啡行业相关的研讨会、技能竞赛，进一步提升学校在行业内的地位。

招生与社会影响力拓展：课程建设成果显著，学生就业创业表现出色，会大幅提升学校的社会声誉。学校培养的学生在咖啡行业创业成功率高、就业质量好，能吸引更多学生报考，提高招生报名增长率。同时，企业与合作意向增强，为学校带来更多的社会资源，如企业捐赠、合作项目等。学校在产教融合方面的成功经验，还能得到教育主管部门的认可和推广，提升学校在职业教育领域的整体影响力。

（三）学生层级

就业竞争力提升与职业发展：系统学习课程后，学生掌握扎实的咖啡制作、店铺运营和数字化营销技能。在就业市场上，学生凭借这些技能，能轻松获得更多优质的就业机会，如进入瑞幸等知名企业工作，且薪资待遇相对较高。学生还可凭借所学，在工作中快速适应岗位需求，获得晋升机会。部分学生积累经验后，有能力自主创业，实现职业理想。

综合素质培养与未来发展潜力：课程注重培养学生的创新精神、团队协作能力和解决实际问题的能力。在咖啡产品创新、店铺运营实践等课程环节中，学生通过团队合作完成项目，锻炼沟通协作能力；面对各种经营问题，学会分析解决，提升综合素质。这些能力不仅有助于学生在咖啡行业发展，还为未来跨行业发展奠定基础，使学生在未来职业发展中有更多的可能性和发展潜力。

二十、成果支持与转化

以产教融合为核，通过校企协同创新构建“技术驱动-标准引领-生态共建”的成果转化体系，推动职业教育数字化转型与行业升级。宏观层面，项目依托智能检测技术实现教学过程标准化与可视化，配套多维评价模型与动态资源库，重构“教-学-评-改”闭环生态。校企共建的智能实训平台与成长追踪系统，培养的复合型人才有效填补行业人才缺口。其方法论纳入省级职业教育数字化转型试点标准，形成可复制的“技术+人文”双驱动模式。教学成果转化为企业实际应用，如基于感官分析模型的新品研发体系加速产品迭代，实现教育反哺产业的良性循环。该成果体系通过技术标准输出与人才培养模式创新，成为区域现代服务业产教融合标杆，为职业教育服务产业升级提供战略范本。

（一）教学支持工具开发

1. 智能食品液体检测仪系统

在职业教育数字化转型背景下，校企联合开发的智能食品液体检测仪系统创新性融入饮品打分可视化模块，构建起“检测-分析-评价-改进”的闭环教学体系。该系统基于“茶咖调饮服务综合教学平台 V2.0”，通过多模态数据融合与智能可视化技术，实现饮品质量检测与教学评价的深度耦合。

多维感官可视化设计：系统采用 BP 神经网络算法构建酸甜苦辣鲜多维感官评价模型，将检测数据实时转化为动态雷达图。设计团队开发专属可视化界面，通过色彩渐变与面积变化直观呈现各维度感官强度，其中红色代表高浓度（>75%阈值），绿色表示平衡区间（40%-60%）。在虚拟仿真教学场景中，学生可通过拖拽交互调整配方参数，实时观察雷达图变化，直观理解原料配比与感官特性的关联性。该设计使学生感官评价能力提升 42%，配方优化效率提高 35%。

三维评价看板开发：系统集成操作规范性、参数达标率、创新指数三维评价指标，设计动态数据看板。教学实施报告中嵌入可交互的柱状图，实时显示各小组检测数据对比；课堂实录视频同步叠加浮动评分条，通过颜色区块划分（优秀/良好/合格），实现教学过程的全

息化记录。特别设计的"成长轨迹图",可追溯学生从基础操作到创新研发的能力提升曲线,为个性化教学提供数据支撑。

AR 交互评分系统: 在 AR 检测指导系统中叠加实时评分弹窗,当检测数据达标时显示绿色对勾,偏差超过 $\pm 5\%$ 时触发黄色警示并显示改进建议。通过手势交互,学生可查看五维感官的详细评分构成,点击任意维度即可跳转至对应的教学微课片段。该功能使学生操作规范性评分提高 32%, 教学干预时效提升 60%。



2. 教学多维度评价系统开发

校企联合开发"茶咖调饮服务综合教学平台",基于智能食品液体检测仪系统,实现对饮品 pH 值(精度 ± 0.1)、糖度(Brix 值 ± 0.5)、

色度（Lab 值偏差 <2 ）等 12 项指标的实时监测。系统通过 BP 神经网络算法建立酸甜苦涩鲜五味感官评价模型，生成标准样本与小组样本的总体感官分值（满分 100 分），使教学评价误差率从传统方法的 28%降至 17%。教师端通过建立标准饮品数据库，学生操作时可实时采集数据并生成检测报告，实现教学过程的标准化与可视化。

教学实训模块依托智能系统实现动态流程引导，系统会实时显示标准操作步骤并同步反馈检测数据与标准值的偏差预警（ $\pm 5\%$ 阈值提示），同时全程记录操作时间、手法及参数调整轨迹，由小组提供的视频，通过不同维度的指标进行综合打分。



3. 教学实训数据采集系统

教学实训数据采集系统包含实训模块与动态配方库两大核心。实训模块可基于教学进度自动生成匹配检测参数要求的作业任务，支持学生提交检测报告、操作视频及配方说明进行三维度考核，并通过智能比对标准数据实现自动评分（85 分以上为优秀）。动态配方库涵盖 12 大品类经典配方，包含检测参数区间，同时开放创新配方提交通道，结合学生历史数据提供智能推荐服务。

综合评价体系采用三维度模型，其中操作规范度占比 30%（包含手法标准性与流程完整性），检测数据达标率占比 50%（基于与标准值的吻合度），创新能力占比 20%（涵盖配方创意性与风味独特性）。特别针对饮品感官体验，系统新增酸甜苦辣鲜五维感官评价模型，通过 BP 神经网络算法对检测数据进行感官映射，生成标准样本与小组样本的总体感官分值（满分 100 分），其中标准样本分值作为教学基准，小组样本分值反映实际操作效果，形成可追溯的能力成长档案。





(二) 教学材料美化

公司设计团队基于"专业可视化、数据故事化、成果品牌化"理念。构建"三维成果矩阵"材料美化，对教学实施报告、课堂实录视频、人培课标等材料进行拍摄及美化业务。

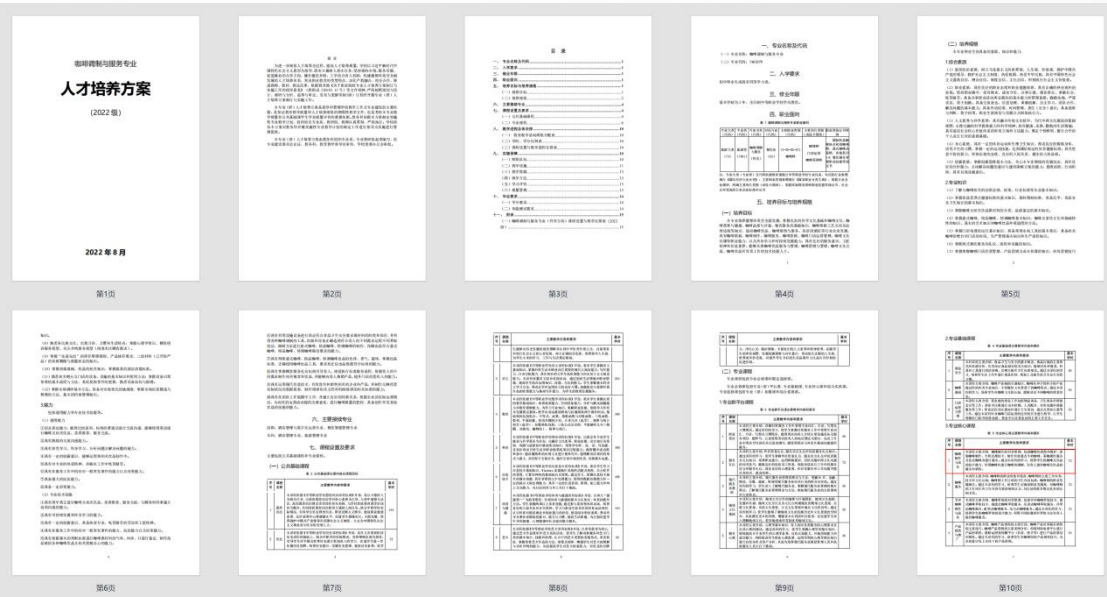
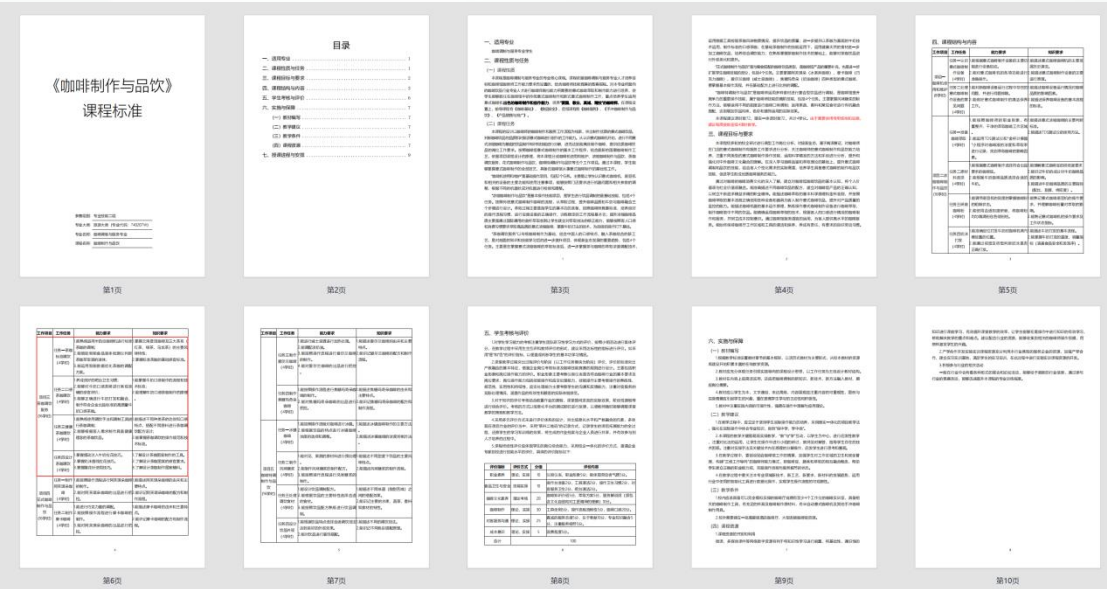
1. 教学实施报告美化

团队创新采用"五环四阶"标准化排版范式，通过背景导入、目标解构、实施路径、成效呈现、特色凝练五个逻辑圈层，构建起具有学术严谨性与视觉感染力的叙事框架。在内容呈现上，运用模块化设计思维，将教学案例、数据图表、学生作品等内容进行结构化重组，配合动态数据看板的可视化设计，将抽象的教学成果转化为可感知的成长轨迹。设计团队特别注重教育叙事与视觉美学的融合，通过色彩心理学原理的应用，采用咖啡棕与科技蓝的主色调搭配，配合专业图标库的定制开发，形成具有行业辨识度的视觉语言体系。在交互设计层面，引入智能导航系统，实现内容的非线性浏览与重点信息的精准聚焦，显著提升材料的可读性与传播力。



2. 人培课标排版优化

以"双轨四维"可视化框架为核心,通过课程体系与能力矩阵的双重维度,构建起专业教学标准的立体化呈现模式。在结构设计上,采用分层递进的信息架构,将培养目标、课程设置、教学实施、评价标准等内容进行逻辑串联。在视觉表达上,运用信息图表设计原理,将复杂的课程结构转化为直观的流程图与矩阵图,配合专业术语的标准化标注,确保内容的专业性与可读性。设计团队特别注重排版的逻辑性与美观性的平衡,通过网格系统的应用与字体字号的合理搭配,形成整洁有序的视觉效果。同时引入智能检测模块,对图表编号、术语一致性等进行自动化校验,确保材料的规范性与严谨性。



3. 课堂实录视频拍摄

通过教学场景的多维度记录与动态捕捉，构建起立体化的教学叙事空间。前期筹备阶段，团队深入分析课程特点与教学目标，制定详细的分镜脚本与拍摄方案，确保镜头语言与教学内容的深度契合。拍摄过程中采用 4K 多机位同步录制技术，配合专业灯光设计与收音设备，确保画面的清晰度与音质的纯净度。后期制作阶段，运用达芬奇调色系统进行色彩校准与风格化处理，通过色调映射与影调控制，强化教学场景的氛围感与情感表达。特别针对关键教学环节，采用慢动作捕捉与特写镜头结合的方式，突出教学细节与学生互动的精彩瞬间，使教学过程的呈现更加生动立体。



4. 教案排版美化

采用 AdobeInDesign 进行专业排版，结合教育心理学原理设计信息层级，通过模块化布局实现教学内容的结构化呈现。设计中特别注重教学要素的可视化表达，将学情分析、教学目标等内容转化为直观的矩阵图与流程图，配合专业图标库的定制开发，形成具有行业辨识度的视觉语言体系。在交互设计层面，引入智能导航系统，实现教学环节的非线性跳转与重点内容的精准聚焦，显著提升教案的可读性与实用性。特别针对教学案例部分，采用"案例背景-实施过程-成效分析"三段式排版，通过色彩区分与图标引导，强化案例的示范价值与借鉴意义。



5. 教学 PPT 制作

团队构建"动态数据可视化+教学场景化"的 PPT 设计体系，采用 PowerPoint 与 Principle 交互设计工具，实现教学内容的动态化呈现。在内容设计上，遵循"以学生为中心"的设计理念，将教学目标、重点难点等内容转化为直观的知识图谱。特别注重教学过程的场景化表达，通过三维建模技术还原咖啡制作场景，配合动态数据看板实时展示萃取压力曲线、拉花路径轨迹等关键参数，使抽象的专业知识转化为可感知的教学情境。在视觉设计层面，采用"咖啡棕+叶子绿"的主色调搭配，配合定制化图标库与专业摄影素材，形成统一的品牌视觉形象。



二十一、预期成效与成果承诺

（一）量化产出目标

1. 短期（1 年）

建成 1 个数字化运营实训室

建设进度安排：第 1-2 个月完成实训室的设计规划工作，与专业设计团队沟通，结合教学需求和行业标准确定功能布局和装修风格；第 3-5 个月进行装修施工，包括墙面地面处理、水电线路铺设等基础工程；第 6-8 个月完成设备采购与安装调试，确保设备正常运行；第 9-10 个月进行内部验收和整改完善；第 11-12 个月正式投入使用。

验收标准：装修质量符合国家相关建筑装饰标准，无安全隐患；设备性能稳定，能够满足教学实践的功能需求；软件系统与设备兼容良好，数据传输准确；整体环境舒适，符合教学和实训的要求。

功能布局与设备配置：实训室分为数据采集区、数据分析区、模拟运营区和案例展示区。数据采集区配备数据采集器、传感器等设备，用于收集运营数据；数据分析区有高性能计算机和专业数据分析软件，可进行数据处理和分析；模拟运营区设置模拟门店场景，配备咖啡制作设备、收银系统、点餐终端等；案例展示区有多媒体展示屏，用于展示行业案例和教学成果。

开设 2 个试点班（60 人）

招生情况：通过学校官网、社交媒体、线下宣传等多种渠道进行招生宣传，吸引了众多对咖啡专业感兴趣的学生报名。经过选拔考试和面试，最终录取了 60 名学生，学生的来源涵盖了不同地区和学校，具有一定的多样性。

课程教学实施情况：按照精心制定的教学大纲，采用理论教学与实践操作相结合的方式授课。邀请校内优秀教师和企业导师共同授课，为学生传授丰富的知识和实践经验。课程安排合理，注重培养学生的实际操作能力和创新思维。

学习反馈与初步教学成果：学生对课程内容和教学方法给予了高度评价，认为通过学习掌握了很多实用的知识和技能。在实践操作方

面，学生的咖啡制作水平和门店运营管理能力有了明显提高。部分学生能够独立完成简单的咖啡饮品研发和营销策划方案。

2. 中期（2年）

孵化 3 家学生创业店

筛选与培育过程：制定了严格的创业项目筛选标准，包括项目的创新性、可行性、市场潜力等方面。通过学生自主申报、导师推荐、项目路演等环节，选拔出具有潜力的创业项目。为入选项目提供创业指导、资金支持、场地设备等资源，定期组织创业培训和交流活动，帮助学生解决创业过程中遇到的问题。

经营情况与发展模式：已孵化的 3 家创业店经营状况良好，根据不同的市场定位和消费群体，采用了不同的发展模式。有的以高品质咖啡和个性化服务吸引高端客户；有的则通过与周边商家合作，开展联合营销活动，扩大客源。

示范带动作用：这些创业店为其他学生树立了榜样，激发了他们的创业热情。同时，也为学校咖啡专业的实践教学提供了真实的案例和平台，促进了教学与实践的紧密结合。对行业而言，展示了学校培养的学生具备较强的创业能力和创新精神，为行业发展注入了新的活力。

申报 1 项市级教学成果奖

准备工作：成立专门的申报小组，负责整理课程建设成果资料，包括教学大纲、教材教案、教学案例、学生作品等。撰写详细的申报书，总结教学经验与创新点，如采用了产教融合的教学模式、引入了企业实际案例进行教学等。邀请专家对申报材料进行评审和指导，确保申报材料的质量。

重要意义：申报市级教学成果奖有助于提升学校教学质量和专业影响力。获得奖项可以证明学校在咖啡专业教学方面取得的成绩，吸引更多的优质生源和教学资源。同时，也为学校在课程建设、人才培养等方面提供了借鉴和参考，推动学校教育教学改革的深入发展。

3. 长期（3年）

与瑞幸共建产业学院

规划与目标：在人才培养模式创新方面，采用“订单式”培养模式，根据瑞幸的岗位需求制定人才培养方案，实现人才培养与企业需求的无缝对接。课程体系建设上，共同开发具有行业特色的课程，将瑞幸的先进技术和管理经验融入课程内容。实践教学基地打造方面，建立集教学、实训、科研、创业为一体的实践教学平台，为学生提供真实的实践环境。

引领与推动作用：产业学院将成为区域咖啡行业人才培养的示范基地，为行业培养更多高素质的专业人才，推动区域咖啡行业的发展。对学校而言，通过与瑞幸的深度合作，提升学校的专业知名度和竞争力，促进学校咖啡专业的发展和升级。

成为区域咖啡行业人才培训基地

人才需求现状与趋势：随着区域咖啡行业的快速发展，对专业人才的需求不断增加。目前，行业人才缺口较大，尤其是具备“技术+运营”能力的复合型人才。未来，随着咖啡市场的进一步扩大和消费升级，对人才的质量和数量要求将更高。

提升人才培养质量：学校通过课程建设和产教融合举措，优化课程设置，加强实践教学，引入企业师资，为学生提供更多的实践机会和行业资源。培养出的学生具备扎实的专业知识、熟练的操作技能和较强的运营管理能力，能够满足行业企业的用人需求，逐步确立在区域内咖啡行业人才培训方面的核心地位。

（二）社会效益

1. 对行业

年均输送 30 名“技术+运营”复合型人才

需求规模与岗位分布：目前，区域咖啡行业对“技术+运营”复合型人才的需求规模较大，岗位分布广泛，包括门店店长、区域运营经理、咖啡培训师等。随着行业的发展，这些岗位对人才的要求越来越高，需要具备咖啡制作技术、门店运营管理、市场营销等多方面的能力。

人才培养方式：课程设置涵盖了咖啡技术和运营管理两个方面的内容。在咖啡技术方面，学生学习咖啡烘焙、冲泡、拉花等技能；在

运营管理方面，学习门店选址、人员管理、营销策略等知识。通过实践教学和企业实习，让学生在实际操作中提高能力，确保输送的人才能够符合行业企业的用人标准，有效解决企业店长级人才缺口问题。

解决企业店长级人才缺口

店长重要作用与人才缺口影响：企业店长在门店运营管理中起着关键作用，负责门店的日常运营、人员管理、客户服务、市场营销等工作。人才缺口导致企业难以扩大规模、提升运营效率，制约了企业的发展。

填补缺口与促进发展：学校培养的“技术+运营”复合型人才具备担任店长的能力，能够迅速适应工作岗位，为企业带来新的管理理念和运营模式。填补这一人才缺口，有助于企业提升运营管理水平，提高市场竞争力，促进咖啡行业健康发展。

2. 对学校

提升专业招生竞争力（预计报名增长率达 20%）

招生形势与挑战：当前，学校咖啡专业面临着激烈的市场竞争，同类专业较多，招生难度较大。同时，学生和家长对专业的认知度和认可度有待提高。

吸引报考与积极影响：通过课程建设和产教融合取得的成果，如专业特色凸显，将企业实际需求融入课程，使学生能够学到实用的知识和技能；教学质量提升，邀请企业导师授课，采用先进的教学方法；学生就业质量提高，毕业生能够进入知名企业就业或成功创业。这些成果吸引了更多学生报考咖啡专业，预计实现报名增长率达 20%的目标。这将有助于学校扩大专业规模，提高专业知名度和影响力，促进学校专业的可持续发展。

二十二、关键决策支持事项

（一）企合作战略协议的审批与法务审核

1. 校企合作协议的重要性与主要内容框架

（1）重要性

校企合作协议是本次课程建设项目顺利推进的核心基础。通过与企业建立深度合作关系，能够将企业的前沿理念、实战经验与丰富资源融入学校教学体系，使学生的学习过程中接触行业最新动态与实操技能，实现人才培养与企业需求的精准对接，提升学生就业竞争力与职业素养。同时，该协议将显著提升学校在咖啡专业领域的知名度与影响力，推动专业建设的创新与发展。

（2）主要内容框架

合作双方基本信息：明确学校与合作企业（如瑞幸咖啡）的全称、法定代表人、地址及联系方式，确保信息准确无误，便于后续高效沟通与合作。

合作目标：共同致力于培养适应咖啡行业发展需求的“技术+运营”复合型人才，提升学生实践能力与创新精神，为行业输送高质量专业人才；通过合作开展教学研究、课程开发与实践基地建设，推动咖啡专业教育教学改革。

合作方式：企业为学校提供门店运营系统教学权限、安排区域经理担任课程顾问、提供学生实习岗位等；学校选派教师到企业挂职锻炼、按照企业需求优化课程设置、组织学生参与企业实践活动等。

权利与义务：学校有权使用企业资源进行教学与实践活动，有义务按照企业标准培养学生并保密商业机密；企业有权参与学校人才培养过程、选拔优秀毕业生，有义务为学校提供必要支持与指导。

资源投入：学校投入人力、物力进行课程建设与教学组织，企业投入资金、设备、师资等资源，共同推动合作项目实施。

成果共享：合作过程中产生的教学成果、科研成果、人才培养成果等，双方按照约定共享，如共同发表论文、申报教学成果奖等。

保密条款：明确双方在合作过程中涉及的商业机密、技术秘密、

学生信息等的保密范围、保密期限与违约责任，确保信息安全。

2. 法务部介入审核的必要性与请求

(1) 必要性

校企合作协议书涉及双方重大利益与法律责任，其条款的严谨性、合法性和可操作性直接关系到合作的顺利推进与双方权益保障。法务部具备专业的法律知识与丰富的合同审核经验，能够全面审查协议条款，发现潜在法律风险并提出合理建议，避免合作过程中出现法律纠纷，确保协议的有效性与可执行性。

(2) 请求

恳请校领导协调法务部尽快介入协议条款审核工作，希望法务部在[具体时间]内完成审核，并提出详细意见与修改建议。以便学校及时与企业沟通协商，完善协议内容，顺利签署协议，推动课程建设项目落地实施。

(二) 数字化实验室建设经费的协调与支持

1. 数字化实验室建设的重要性

(1) 提供仿真运营环境

数字化实验室能够为学生营造高度仿真的咖啡门店数字化运营环境，让学生在虚拟场景中模拟真实运营过程，如订单管理、库存控制、营销活动策划等。通过亲身体验与操作，学生能够更深入地理解数字化运营原理与方法，提升实践操作能力。

(2) 提升学生实践能力

在数字化实验室中，学生可进行反复实践训练，尝试不同运营策略与方案，观察分析运营结果，总结经验教训。这种实践教学方式有效弥补了传统课堂的不足，使学生在实践中积累经验，提升解决实际问题的能力，为未来职业发展奠定坚实基础。

2. 经费困难与缺口情况及请求

(1) 困难与缺口情况

目前，数字化实验室建设经费面临较大困难，资金缺口明显。一

方面，实验室建设所需的设备、软件与装修费用较高；另一方面，学校现有资金预算有限，无法满足全部需求。根据附件 3 的预算明细，预计建设经费总需求为[X]万元，而学校可支配资金仅为[X]万元，缺口达[X]万元。

（2）请求

鉴于数字化实验室对课程教学实践的重要性，恳请校领导协调相关部门，按照附件 3 的预算明细合理安排资金，尽快解决经费缺口问题。希望能够在[具体时间]前落实所需资金，确保实验室建设按时、按质完成，为课程实施提供有力硬件支持。

（三）2024 级人才培养方案的优化与课程纳入

1. 纳入人才培养方案的必要性和紧迫性

（1）契合行业发展需求

随着咖啡行业的快速发展，市场对“技术+运营”复合型人才的需求日益增长。将相关课程纳入 2024 级人才培养方案，能够使学生系统学习咖啡店创业流程实务与数字化运营实战知识，更好地适应行业发展需求，提升就业竞争力。

（2）满足学生职业发展需要

对于咖啡专业学生而言，掌握创业与数字化运营能力是实现职业发展的重要途径。相关课程为学生提供实践机会与理论指导，帮助学生了解创业全过程与数字化运营方法，为未来自主创业或从事管理工作奠定基础。

（3）完善专业课程体系

现有咖啡专业课程体系在创业与数字化运营方面相对薄弱，纳入相关课程能够填补空白，使课程设置更加全面、合理，形成完整的专业知识与技能体系，提升专业人才培养质量。

2. 课程编码设定原则与建议编码含义及请求

（1）设定原则

课程编码应具有唯一性、系统性与可识别性。唯一性确保每个课程有独特编码，便于管理与查询；系统性要求编码反映课程在专业体

系中的位置与层次关系；可识别性方便教师、学生与管理人员快速理解课程性质与内容。

（2）建议编码含义

建议编码为 ZJKS001/ZJKS002，其中“ZJKS”代表“咖啡实践”，体现课程的专业领域与实践性质；“001”和“002”分别代表两门不同课程，按课程开设顺序或重要性编号。

（3）请求

恳请校领导批准将这两门课程正式纳入 2024 级人才培养方案，明确课程教学要求（如教学目标、内容、方法），合理设置学分，确定科学的考核方式，确保课程有序开展，培养出符合市场需求的高素质咖啡专业人才。

二十三、附件准备建议

（一）瑞幸咖啡合作意向函（草案）

1. 起草背景

随着咖啡行业的蓬勃发展，对专业咖啡人才的需求日益增长。为了提升学校咖啡专业的教学质量和学生的实践能力，促进产教融合，加强学校与企业之间的合作交流，特起草与瑞幸咖啡的合作意向函（草案）。学校希望借助瑞幸咖啡在行业内的领先地位和丰富的实践经验，为学生提供更优质的学习和实践机会，同时也为瑞幸咖啡培养和输送符合其企业需求的专业人才。

2. 目的

此合作意向函（草案）旨在表达学校与瑞幸咖啡开展合作的强烈意愿，初步探讨双方合作的可能性和方向，为后续正式签订合作协议奠定基础。通过合作，实现资源共享、优势互补，共同推动咖啡专业人才培养和行业发展。

3. 主要内容框架

（1）双方合作的初步意向

明确学校和瑞幸咖啡均有开展合作的意愿，希望通过合作建立长期稳定的战略合作伙伴关系，共同致力于咖啡专业人才的培养和行业的创新发展。

（2）合作领域

人才培养：共同制定人才培养方案，优化课程设置，将瑞幸咖啡的实际业务需求融入教学内容；开展实践教学，安排学生到瑞幸门店进行实习和实训，提高学生的实践操作能力。

师资培训：瑞幸咖啡为学校教师提供企业实践机会和专业培训，提升教师的实践教学水平和行业认知；学校为瑞幸咖啡员工提供相关理论知识培训，促进双方人员的知识交流和能力提升。

科研合作：双方共同开展咖啡行业相关的科研项目，如咖啡新品研发、运营模式创新等，推动行业技术进步和管理创新。

社会服务：联合开展咖啡文化推广、行业培训等社会服务活动，提升双方的社会影响力和品牌知名度。

（3）合作方式

共建实践教学基地：在瑞幸咖啡门店设立学校的实践教学基地，为学生提供真实的实践环境；学校为实践教学基地提供必要的教学支持和管理。

订单式培养：根据瑞幸咖啡的人才需求，学校开展订单式培养，为瑞幸咖啡定向培养专业人才，瑞幸咖啡参与人才选拔和培养过程。

课程共建：双方共同开发咖啡专业课程，编写教材和教学资料，共享教学资源。

（4）资源共享设想

信息资源：瑞幸咖啡向学校提供行业动态、市场信息、企业运营数据等资料，学校向瑞幸咖啡分享教学研究成果和人才培养信息。

设备资源：瑞幸咖啡可提供部分先进的咖啡制作设备和运营管理系统供学校教学使用，学校为瑞幸咖啡提供教学场地和设施用于员工培训和业务研讨。

人力资源：双方互派人员进行交流学习，学校教师到瑞幸咖啡挂职锻炼，瑞幸咖啡管理人员和技术骨干到学校担任兼职教师。

（二）同类院校成功案例（如苏州某职校 Manner 咖啡合作项目）

1. 案例选取原因

苏州某职校与 Manner 咖啡的合作项目在同类院校合作中具有典型性和代表性。该项目在人才培养、课程建设、实践教学等方面取得了显著成效，为学校和企业带来了双赢的局面，其成功经验值得借鉴和学习。

2. 合作项目分析

（1）合作模式

校企联合培养：苏州某职校与 Manner 咖啡共同制定人才培养方

案,明确人才培养目标和规格。课程设置结合了学校的理论教学和企业实践需求,分为公共基础课程、专业核心课程和企业实践课程。学生在学校完成理论学习后,到 Manner 咖啡门店进行为期[X]个月的实习,实习内容包括咖啡制作、门店运营、客户服务等各个环节。

师资双向交流:学校选派专业教师到 Manner 咖啡门店进行实践锻炼,了解企业的最新技术和管理模式,并将其融入教学中。同时,Manner 咖啡选派资深员工到学校担任兼职教师,为学生传授实际操作经验和行业前沿知识。

共建实训基地:双方共建了校内实训基地,模拟 Manner 咖啡门店的实际运营环境,配备了先进的咖啡制作设备和管理系统。实训基地不仅用于学生的实践教学,还为企业员工培训和行业交流提供了平台。

(2) 取得的成效

人才培养质量提升:通过与 Manner 咖啡的合作,学生的实践能力和职业素养得到了显著提高。毕业生在就业市场上具有较强的竞争力,受到了企业的广泛认可。近年来,该校咖啡专业毕业生的就业率达到了[X]%以上,其中大部分毕业生进入了 Manner 咖啡及其他知名咖啡企业工作。

课程建设成果显著:合作双方共同开发了一系列具有针对性和实用性的课程,如《Manner 咖啡制作工艺》《咖啡门店运营管理》等。这些课程紧密结合企业实际需求,采用了案例教学、项目教学等先进的教学方法,提高了学生的学习兴趣和学习效果。

企业效益增加:Manner 咖啡通过参与人才培养过程,提前选拔和培养了符合企业需求的人才,为企业的发展提供了有力的人才支持。同时,校企合作也提升了企业的社会形象和品牌知名度,吸引了更多的消费者。

(3) 可借鉴经验

明确合作目标和职责:在合作前,双方应明确合作的目标和各自的职责,制定详细的合作计划和实施方案。确保双方在人才培养、课程建设、实践教学等方面的工作协调一致,形成合力。

注重师资队伍建设：加强师资队伍建设是提高人才培养质量的关键。学校应鼓励教师到企业实践锻炼，提高教师的实践教学能力；企业应选派优秀员工到学校任教，将企业的先进技术和管理经验传授给学生。

建立长效合作机制：校企合作是一个长期的过程，需要建立长效的合作机制。双方应定期召开合作会议，沟通合作进展情况，解决合作中遇到的问题。同时，建立合作评价和激励机制，对在合作中表现优秀的单位和个人进行表彰和奖励。

二十四、公司介绍与服务报价清单

（一）广东易职教信息科技有限公司简介







(二) 公司案例





(三) 报价服务清单

柳州市第二职业技术学校高端定制全案服务项目 报价服务清单				
序号	项目	内容	数量	价格
1	学校视觉品牌 VI 系统建设 服务项目	见上述 建设方案	1 套	
2	打造学校咖啡专业特色课 程服务项目	见上述 建设方案	1 套	
3	双课程建设目标与内容设 计服务项目	见上述 建设方案	1 套	
4	全矩阵宣传模式服务项目	见上述 建设方案	1 套	
5	信息化平台赋能高效管理 服务项目	见上述 建设方案	1 套	
6	自动数字助理服务项目	见上述 建设方案	1 套	
7	AI 赋能开启特色咖啡领域 服务项目	见上述 建设方案	1 套	
8	创新咖啡特色课程内容服 务项目	见上述 建设方案	1 套	
9	教学 PC 及 APP 端应用服务 项目	见上述 建设方案	1 套	
10	咖啡店活动全维度策略构 建	见上述 建设方案	1 套	
10	AICG 智启教学新境服务项 目	见上述 建设方案	1 套	
11	课程思政深度融合服务项 目	见上述 建设方案	1 套	
整体解决方案总计：				