



广州城建职业学院
创新创业先锋班

开 设 情 况

2016~2018

目录

2016~2018 年班级总览.....	1
2016 年创新创业先锋班开设情况.....	4
(一) 首期微商创业经理人班.....	4
(二) 咖啡经理人班.....	85
(三) 首期物流经理人班.....	131
2017 年创新创业先锋班开设情况.....	162
(一) 首期财务经理人班.....	163
(二) 设计总监班.....	197
(三) 第二期物流经理人班.....	202
(四) 首期电商运营总监班.....	203
(五) 室内设计师经理人班.....	228
(六) 项目经理人班.....	255
2018 年创新创业先锋班开设情况.....	275
(一) 第二期创业经理人班.....	276
(二) 首期新工科创新创业先锋班.....	294
(三) 城市建设精英班.....	331
(四) 首期工程创优科研班.....	345
(五) 第二期财务经理人班.....	378
(六) 第三期物流经理人班.....	379
(七) 首期网络视频策划与直播班.....	380
(八) 首期电商营销班.....	402
(九) 第二期电商运营总监班.....	440
(十) 第二期“室内设计师经理人班”.....	471
部分学生成果展示.....	472

2016~2018 年创新创业先锋班总览

(一) 2016 年创新创业先锋班开设情况总览

所属学院	先锋班名称	依托专业	本学期开设课程	人数
创业教育学院	首期微商创业经理人班	工商企业管理 (中小企业创业与经营)	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、创业团队管理、演讲与口才、微信营销实战、商务谈判	27
外语外贸学院	咖啡经理人班	旅游管理	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、演讲与口才、经理人职业素养与实战训练、咖啡知识与技术培训、咖啡吧运营与管理实战	27
经济与管理学院	首期物流经理人班”	物流管理	公司创业实战、企业经营管理沙盘实训、物流经理人素养与技能训练、物流供应链管理、物流企业管理与技能训练、物流战略管理与技能训练	30

(二) 2017 年创新创业先锋班开设情况总览

所属学院	先锋班名称	依托专业	本学期开设课程	人数
经济与 管理学院	首期财务经理 人班	会计、财务管理	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、全面成本管理、真账实操培训、初创企业税收筹划、财务法律必备与合同审核	40
建筑工 程学院	设计总监班	建筑设计	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、设计工作室运营实务、建筑设计实务、建筑装饰设计、园林景观设计	24
经济与 管理学院	第二期“物 流经理人班”	物流管理	公司创业实战、创业融资、物流企业管理与技能训练、物流经理人素养与技能训练、物流供应链管理、物流战略管理与技能训练	34
信息学院	首期电商运营 总监班	电子商务专业	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、电子商务数据挖掘与分析、互联网产品设计、阿里巴巴生态圈运营技术、网络新媒体技术	35
艺术与设计 学院	室内设计师经 理人班	室内艺术设计、 艺术设计、环境 艺术设计专业	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、施工材料与工艺实战、方案设计技巧培训、工程预决算实战、软装设计实战、	41
建筑工 程学院	项目经理人班	建筑工程管理	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、建筑市场调研、建筑企业文化、建筑工程管理实战、建筑商务谈判技巧培训	28

(三) 2018 年创新创业先锋班开设情况总览

所属学院	先锋班名称	依托专业	本学期开设课程	人数
创业教育学院	第二期创业经理人班	工商企业管理专业(中小企业创业与经营)	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、创业团队管理、创业融资、初创企业商务谈判、微信营销实战	26
机电学院	首期新工科创新创业先锋班	机电一体化技术、电气自动化技术、数控技术、模具设计与制造	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、工业机器人多轴创新训练、3D 打印工艺技术、机电产品营销、自动化生产线创新控制训练	30
建筑工程学院	城市建设精英班	建筑工程技术	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、建筑方案设计、施工图绘制、生产性实战课程-工程管理、建筑商务谈判技巧	25
建筑工程学院	首期工程创优科研班	建筑工程造价	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、revit 应用基础、建设工程质量创优、建设工程工法创新、BIM 技术集成及 5D 应用	29
经济与管理学院	第二期财务经理人班	会计、财务管理	公司创业实战、创业融资、全面成本管理、真账实操培训、初创企业税收筹划、财务法律必备与合同审核	34
经济与管理学院	第三期物流经理人班	物流管理	公司创业实战、创业融资、物流企业管理与技能训练、物流经理人素养与技能训练、物流供应链管理、物流战略管理与技能训练	32
人文学院	首期网络视频策划与直播班	网络新闻与传播专业、传播与策划专业	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、微剧本策划与撰写、网络视频直播艺术、微电影创作实录、网络直播营销操作	20
外语外贸学院	首期电商营销班	国际经济与贸易	公司创业实战、企业经营管理沙盘实训、电商平台营销推广、商务礼仪与沟通技巧、跨境电商营销实战、推销与谈判技巧	30
信息学院	第二期电商运营总监班	电子商务专业	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、新媒体营销、互联网产品设计、电商广告与运营实战、网页美工与后期处理	28
艺术与设计的学院	第二期“室内设计师经理人班”	室内艺术设计、艺术设计、环境艺术设计专业	公司创业实战、施工材料与工艺实战、方案设计技巧培训企业经营管理沙盘实战、工程预算实战、软装设计实战、公司创业实战	21

2016 年创新创业先锋班开设情况

（一）首期微商创业经理人班

《公司创业实战》课程

1. 基本信息

课程名称：公司创业实战	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用专业：各类专业	编制人：陈飞飞
审核人：陈飞飞	制订时间：2017 年 8 月 22 日

2. 课程性质

《公司创业实战》是高职高专类院校的创新创业课程。本课程是为了满足学生在进入社会进行创业之前，在校内进行的仿真创业实习，利用仿真的创业实训室、真实的企业岗位、新道虚拟商业社会环境 VBSE 创业平台，使得学生通过本课程能够把所学的知识进行融会贯通，形成切实可行的创业能力，为将来校外顶岗实习和自主创业打下坚实的基础。

3. 课程设计

（一）课程目标设计

1、能力目标：

根据自主创业的能力需求，对本门课程进行能力目标培养界定，形成本门课程的总体目标。

总体目标：通过本课程的学习，使学生具备较强的自主创业能力。

现将总体目标分解为具体目标，如下：

（1）能够根据创业家所应该具备的能力、性格等的具体要求，感知和培养创业者创业精神、能力和素质；

（2）能够根据 CEO、产品经理、营销经理等岗位的工作职责和能力素质要

求，组建创业团队；

- (3) 学会运用创新和并行思考的思维方式；
- (4) 能够运用 PEST、波特五力模型、SWOT 等方法对创业项目进行分析与选择；
- (5) 能进行问卷调查等市场调查；
- (6) 能利用最小可提供产品和产品定价等产品设计的方法进行产品设计；
- (7) 能围绕客户细分、关键业务、核心资源等方面设计创业项目的商业模式；
- (8) 能编制损益表、资产负债表和现金流量表，并测算创业投资财务指标；
- (9) 能综合运用创业项目分析、产品设计和商业模式设计等方法撰写商业计划书；
- (10) 通过创业融资路演，能进行吸引人的演讲；
- (11) 了解双创企业注册流程。

2、知识目标：

- (1) 了解为什么要进行公司创业实战、怎么进行创业，并熟悉新道虚拟商业社会环境 VBSE 创业平台如何使用；
- (2) 了解创业者应该具备的创业精神、能力、素质和思维模式的要求；
- (3) 熟知外部环境的 PEST、行业环境的波特五力和 SWOT 分析模型；
- (4) 掌握问卷设计、数据收集、数据分析的市场调查方法；
- (5) 熟知产品设计的整体流程和具体方法（包括产品愿景、总有效市场、可服务市场、目标市场、产品特征列表、产品利益列表、最小可行产品、产品定价）；
- (6) 熟知商业模式的整体流程和具体方法（包括重要伙伴、关键业务、核心资源、价值主张、客户关系、渠道通路、客户细分、成本结构、收入来源）；
- (7) 掌握投资回收期、投资收益率等投资财务指标的计算方法；
- (8) 熟知商业计划书的写作流程和写作方法；
- (9) 了解路演的程序；
- (10) 了解双创企业注册流程。

3、其他能力目标

(1) 团体合作能力：通过分组方式的配合训练，树立团队协作与合作的意识；

(2) 具备搜索资料的和自主学习的能力；

(3) 语言表达沟通能力：通过课堂演讲，小组讨论，锻炼学生的语言表达沟通能力。

(二) 课程教学活动设计

1、课程内容设计

序号	项目（模块）名称	学时
1	感知创业	4
2	创业团队	4
3	创新思维方法	4
4	创业项目分析与选择	4
5	产品设计与创新	6
6	商业模式设计	4
7	创业融资	4
8	新创企业注册	2
合计		32

2、能力训练项目设计

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果
1	感知创业	4	能够根据创业家所应该具备的能力、性格等的具体要求，感知和培养创业者创业精神、能力和素质。	1. 了解为什么要进行公司创业实战、怎么进行创业，并熟悉新道虚拟商业社会环境VBSE创业平台如何使用； 2. 了解创业者应该具备的创业精神、能力、素质和思维模式的要	1. 收看创业名人的视频内容分享自己对创业的体会和看法； 2. 全班一起玩“虚拟博弈”游戏并分享创业故事； 3. 利用系统进行创业精神、能力和素质的测评	创业故事

				求。		
2	创业团队	4	能够根据 CEO、产品经理、营销经理等岗位的工作职责和能力素质要求，组建创业团队。	了解创业团队各岗位的工作职责和能力要求。	1. 自主设计创业项目； 2. 进行项目投票； 3. 组建创业团队； 4. 各企业学生设计企业名称、Logo、愿景和口号。	1. 创业项目敲定 2. 企业名称、Logo、愿景和口号
3	创新思维方法	4	学会运用创新和并行思考的思维方法。	了解思维导图和六项思考帽的思维方法。	1. 老师讲授思维导图的基本概念； 2. 学生就路营所需物料演练思维导图的设计过程； 3. 教师讲授六项思考帽的思维方法； 4. 学生用海绵宝宝、小孩被虐的新闻、大学老师是否应末位淘汰等来演练六项思考帽的思维方法。	描述自己的思维导图
4	创业项目分析与选择	4	能够运用 PEST、波特五力模型、SWOT 等方法对创业项目进行分析与选择	熟知外部环境的 PEST、行业环境的波特五力和 SWOT 分析模型。	1. 学生就本企业进行 PEST 分析； 2. 学生就本企业进行波特五力模型分析； 3. 学生就本企业进行 SWOT 分析。	PEST 分析文档、波特五力模型分析文档、SWOT 分析文档
5	产品设计与创新	6	1. 能进行问卷调查等市场调查； 2. 能利用最小可提供产品和产品定价等产品设计的方法进行产品设计。	1. 掌握问卷设计、数据收集、数据分析的市场调查方法； 2. 熟知产品设计的整体流程和具体方法（包括产品愿景、总有效市场、可服务市场、目标市场、产品特征列表、产品利益列表、最小可行产品、产品定价）。	1. 设计调研问卷； 2. 全班同学填写问卷； 3. 学生按企业分析调研数据； 4. 学生讨论和设计本企业的产品愿景、总有效市场、可服务市场、目标市场、产品特征列表、产品利益列表、最小可行产品、产品定价。	调研问卷、产品设计画布
6	商业模	4	能围绕客户细	熟知商业模式的	1. 学生讨论和设计	商业模

	式设计		分、关键业务、核心资源等方面设计创业项目的商业模式。	整体流程和具体方法（包括重要伙伴、关键业务、核心资源、价值主张、客户关系、渠道通路、客户细分、成本结构、收入来源）。	本企业的价值主张、客户关系、渠道通路、客户细分； 2. 学生讨论和设计本企业的产品愿景、总有效市场、可服务市场； 3. 学生讨论和设计本企业的成本结构、收入来源。	式画布
7	创业融资	4	1. 能编制损益表、资产负债表和现金流量表，并测算创业投资财务指标； 2. 能综合运用创业项目分析、产品设计和商业模式设计等方法撰写商业计划书； 3. 通过创业融资路演，能进行吸引人的演讲。	1. 掌握投资回收期、投资收益率等投资财务指标的计算方法； 2. 熟知商业计划书的写作流程和写作方法； 3. 了解路演的程序。	1. 学生编制损益表和现金流量表； 2. 学生计算投资回收期、投资收益率； 3. 学生整合商业计划书和制作路演 PPT 4. 学生 CEO 路演，老师评分	1. 损益表、现金流量表 2. 商业计划书 3. 制作路演 PPT
8	新创企业注册	2	能模拟新创企业的注册流程	了解新创企业注册流程	1. 教师讲授创业所需文件 2. 教师讲授办理流程 3. 教师讲授所需时间 4. 教师讲授收费标准等	模拟创业所需的文件

(三) 教学进度表设计

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法
1	1	2	感知创业 1	1. 创业者创业精神	1.1	1. 了解创业者应该具备的创业精神； 2. 了解为什么要进行公司创业实战、怎么进行创业，并熟悉新道	“虚拟博弈”游戏

						虚拟商业社会环境 VBSE 创业平台如何使用。	
2	2	2	感知创业 2	1. 创业能力 2. 创业素质	1.2 1.3	了解创业者应该具备的创业能力、素质和思维模式的要求。	1. 分享创业故事; 2. 创业精神、能力和素质测评
3	3	2	创业团队 1	1. 能够设计创业项目; 2. 能够成功组建创业团队。	2.1 2.2	1. 能够说出创业项目的设想; 2. 了解创业团队各岗位的工作职责和能力要求。	1. 通过创业项目投票选出 CEO 2. 由 CEO 选择其他学生组建创业团队
4	4	2	创业团队 2	能够通过团队合作, 设计出企业名称、Logo、愿景和口号的设计技巧。	2.3	掌握企业名称、Logo、愿景和口号的设计技巧。	各企业演示本企业的名称、Logo、愿景和口号
5	5	2	创新思维方法 1	学会运用创新思考的思维方式。	3.1	了解思维导图的思维方法。	描述自己的思维导图
6	6	2	创新思维方法 2	学会运用并行思考的思维方式。	3.2	了解六顶思考帽的思维方法。	海绵宝宝等
7	7	2	创业项目分析与选择 1	能够运用 PEST 分析本企业的外部环境。	4.1	熟知 PEST 模型。	PEST 分析文档
8	8	2	创业项目分析与选择 2	能够运用波特五力模型、SWOT 模型分析本企业的行业环境和企业内部环境。	4.2	熟知波特五力模型、SWOT 模型。	波特五力模型分析文档、SWOT 分析文档
9	9	2	产品设计与	能进行问	5.1	了解问卷设计的	调研问卷, 调研

			创新 1	卷调研等市场调查。		方法,了解数据收集、数据分析的市场调查方法。	分析结果。
10	10	2	产品设计与创新 2	能利用最小可提供产品和产品定价等产品设计的方法进行产品设计。	5.2	了解产品愿景、总有效市场、可服务市场、目标市场的设计方法。	产品设计部分画布
11	11	2	产品设计与创新 3	能利用最小可提供产品和产品定价等产品设计的方法进行产品设计。	5.3	了解产品特征列表、产品利益列表、最小可行产品、产品定价的设计方法。	产品设计全部画布
12	12	2	商业模式设计 1	能围绕客户细分、关键业务、核心资源等方面设计创业项目的商业模式。	6.1	了解价值主张、客户关系、渠道通路、客户细分的设计方法。	商业模式的部分画布
13	13	2	商业模式设计 2	能围绕客户细分、关键业务、核心资源等方面设计创业项目的商业模式。	6.2	了解重要伙伴、关键业务、核心资源、成本结构、收入来源的设计方法。	商业模式的全部画布
14	14	2	创业融资 1	能编制损益表、资产负债表和现金流量表,并	7.1	1. 掌握投资回收期、投资收益率等投资财务指标的计算方法; 2. 掌握损益表、	损益表、现金流量表、商业计划书、制作路演 PPT

				测算创业投资财务指标，能综合运用创业项目分析、产品设计和商业模式设计等方法撰写商业计划书。		资产负债表和现金流量表的编制方法。 3. 了解商业计划书和路演 PP 的撰写技。。	
15	15	2	创业融资 3	通过创业融资路演，能进行吸引人的演讲。	7.2	了解演讲的技巧	路演 PPT
16	16	2	新创企业注册	了解新创企业的注册方法	8.1	了解创业所需文件、办理流程、所需时间和收费标准等	模拟创业所需的文件

（四）第一次课设计梗概

第一步：介绍教学团队。（10 分钟）

第二步：讲解讲解如何展开创业教学、该课程要求大家做什么以及如何做。

（讲解 60 分钟）

- （1）通过玩破冰游戏，达到 warm-up 效果
- （2）玩“阿水的故事”，要大家注意“倾听”；
- （3）收看乔布斯在斯坦福的演讲视频内容分享自己对创业的体会和看法；
- （4）全班一起玩“虚拟博弈”游戏并分享创业故事；

第三步：讲解软件操作。（10 分钟）

第四步：分配系统账号，学生上系统自己实战一下。（10 分钟）

四、教学组织形式

1. 情景教学法。利用仿真的实训室和公司创业实战平台，形成真实的情景，使得学生在情境中进行实战；

2. 案例教学法。在每一个流程都提供相似的案例进行教学。

3. 团队互助教学法。通过创业项目筛选和组建团队，形成十家创业型企业，每个组织都是一家企业，每家企业 5 人，大家目标一致，彼此互助互利。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	企业文化	是否积极	参与次数	5
	上课考勤	出勤与否	考勤	5
	项目可行性	完成情况	检查	10
	企业名称、LOGO、广告词、企业愿景	完成情况	检查	15
	创业项目分析	完成情况	检查	15
	产品设计	完成情况	检查	15
	商业模式设计	完成情况	检查	15
结果考核	创业融资路演	内容和演讲能力	评比	20
合 计				100

六、教学材料

教材推荐：

新道虚拟商业社会环境 VBSE 创业平台、参访企业、用友新道科技有限公司

参考资料：

各行业的网站

公司创业实战平台：<http://192.168.200.228:8090/portal>

《公司创业实战》授 课 计 划 表

2017/ 2018 学年第 一 学期

任课教师		陈飞飞			任教课程		公司创业实战					
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
微商创业经理人班												
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想：形成性考核占 80%；终结性考核占 20%。	
					总课时	其 中						机 动
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排		
32	0	32	1	32	32			32				
<p>本课程教学目标：</p> <p>1. 能力目标：</p> <p>根据自主创业的能力需求，对本门课程进行能力目标培养界定，形成本门课程的总体目标。</p> <p>总体目标：通过本课程的学习，使学生具备较强的自主创业能力。</p> <p>现将总体目标分解为具体目标，如下：</p> <p>(1) 能够根据创业家所应该具备的能力、性格等的具体要求，感知和培养创业者创业精神、能力和素质；</p> <p>(2) 能够根据 CEO、产品经理、营销经理等岗位的工作职责和能力素质要求，组建创业团队；</p> <p>(3) 学会运用创新和并行思考的思维方式；</p> <p>(4) 能够运用 PEST、波特五力模型、SWOT 等方法对创业项目进行分析与选择；</p> <p>(5) 能进行问卷调研等市场调查；</p> <p>(6) 能利用最小可提供产品和产品定价等产品设计的方法进行产品设计；</p> <p>(7) 能围绕客户细分、关键业务、核心资源等方面设计创业项目的商业模式；</p> <p>(8) 能编制损益表、资产负债表和现金流量表，并测算创业投资财务指标；</p>												

- (9) 能综合运用创业项目分析、产品设计和商业模式设计等方法撰写商业计划书；
- (10) 通过创业融资路演，能进行吸引人的演讲；
- (11) 了解新创企业注册流程和运营方法。

2. 知识目标：

- (1) 了解为什么要进行公司创业实战、怎么进行创业，并熟悉新道虚拟商业社会环境 VBSE 创业平台如何使用；
- (2) 了解创业者应该具备的创业精神、能力、素质和思维模式的要求；
- (3) 熟知外部环境的 PEST、行业环境的波特五力和 SWOT 分析模型；
- (4) 掌握问卷设计、数据收集、数据分析的市场调查方法；
- (5) 熟知产品设计的整体流程和具体方法（包括产品愿景、总有效市场、可服务市场、目标市场、产品特征列表、产品利益列表、最小可行产品、产品定价）；
- (6) 熟知商业模式的整体流程和具体方法（包括重要伙伴、关键业务、核心资源、价值主张、客户关系、渠道通路、客户细分、成本结构、收入来源）；
- (7) 掌握投资回收期、投资收益率等投资财务指标的计算方法；
- (8) 熟知商业计划书的写作流程和写作方法；
- (9) 了解路演的程序；
- (10) 了解新创企业注册流程和运营方法。

3. 素质目标：

- (1) 团体合作能力。通过分组方式的配合训练，树立团队协作与合作的意识；
- (2) 具备搜索资料的和自主学习的能力；
- (3) 语言表达沟通能力。通过课堂演讲，小组讨论，锻炼学生的语言表达沟通能力。

本课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	企业文化	是否积极	参与次数	5
	上课考勤	出勤与否	考勤	5
	项目可行性	完成情况	检查	10

	企业名称、LOGO、广告词、企业愿景	完成情况	检查	15
	创业项目分析	完成情况	检查	15
	产品设计	完成情况	检查	15
	商业模式设计	完成情况	检查	15
结果考核	创业融资路演	内容和演讲能力	评比	20
合 计				100

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	感知创业 1			2		1. 利用新道虚拟商业社会环境 VBSE 创业平台进行操作； 2. 根据乔布斯演讲视频和创业成功案例发表创业见解和认识。	“虚拟博弈”游戏
2	感知创业 2			2		根据创业者应具备的创业能力、素质和思维模式进行自我测评。	1. 分享创业故事； 2. 创业精神、能力和素质测评
3	创业团队 1			2		1. 根据行业相关知识与信息，自由结组选择创业项目，并进行演讲、评比； 2. 根据创业团队各	1. 创业项目计划； 2. 各个创业项目负责人组

						岗位的工作职责和能力要求，进行招聘或面试；	成自己的团队
4	创业团队 2			2		运用各种设计技巧设计团队名称、Logo、远景和口号。	各公司的企业文化设计
5	创新思维方法 1			2		根据思维导图的思维方法进行自我介绍。	设计并展示自己的思维导图
6	创新思维方法 2			2		根据六顶思考帽的思维方法对所给图片和案例进行描述。	发表讨论结果
7	创业项目分析与选择 1			2		根据 PEST 模型对项目进行 PEST 分享。	PEST 分析文档
8	创业项目分析与选择 2			2		根据波特五力模型和 SWOT 模型对项目进行分析。	波特五力模型分析文档、SWOT 分析文档
9	产品设计与创新 1			2		根据调查问卷设计的方法设计调查问卷，利用各种数据分析方法，根据收集到的问卷进行数据分析。	调查问卷，调研分析结果。
10	产品设计与创新 2			2		根据产品愿景、总有效市场、可服务市场、目标市场的设计方法，对相应的项目进行设计	产品设计部分画布
11	产品设计与创新 3			2		根据产品特征列表、产品利益列表、最小可行产品、产品定价的设计方法，对相应的项目进行设计。	产品设计全部画布
12	商业模式设计 1			2		根据价值主张、客户关系、渠道通路、客户细分的设计方法，对相应的项目进行设计。	商业模式的部分画布

13	商业模式设计 2			2	根据重要伙伴、关键业务、核心资源、成本结构、收入来源的设计方法，对相应的项目进行设计。	商业模式的全部画布
14	创业融资 1			2	1. 根据投资回收期、投资收益率等投资财务指标的计算方法算出投资回收期、投资收益率； 2. 根据损益表、资产负债表和现金流量表的编制方法编制出相应表格。	损益表、资产负债表和现金流量表
15	创业融资 2			2	根据创业项目分析、产品设计和商业模式设计等结果撰写商业计划书和制作路演 PPT，对创业项目进行融资路演。	商业计划书文档和路演 PPT 文档
16	新创企业注册			2	根据新创企业的注册要求准备所需文件，进行注册。	模拟企业注册所需的文件
合计				32		

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

《企业经营管理沙盘实战》课程

一、课程基本信息

课程名称：企业经营管理沙盘实战	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用专业：各类专业	编制人：陈飞飞
审核人：陈飞飞	制订时间：2017 年 2 月 15 日

二、课程性质

企业经营管理沙盘实战是创新创业先锋班的必修课，是一门实战课程。本课程以企业经营管理沙盘演练为平台，在多个市场参与者的竞争下进行企业模拟经营。该模拟经营涉及训练的内容有：企业整体战略、产品研发、设备投资改造、生产能力规划与排程、物料需求计划、资金需求计划、市场与销售、财务经济指标分析、团队沟通与建设等。学生通过三轮的 ERP 虚拟公司沙盘演练训练，每轮训练进行企业 6 年模拟决策经营，感受影响公司经营决策的各种影响因素和它们之间的平衡与制约关系，从而制定好科学的决策，获取较高的公司绩效。

本课程的任务是：通过沙盘演练，让学生掌握企业整体决策、市场分析与营销策略制定、产品研发与生产运营策略制定、企业财务的筹资与投资策略，对企业运行有一个总体认知，为证券投资中的行业分析和公司分析打下基础。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1. 能力目标：

（1）能够根据市场情形，制定企业营销计划和合理的广告投放方案，拓展新市场。

（2）能够根据市场的随机事件的变化，进行相应分析，确定订单量。

（3）能够根据市场开拓进展情况，适时进行 ISO 资格认证。

（4）能够完成内部的营销、生产、财务的沟通，做好资源分配的平衡。

（5）能够根据总的战略决策，确定产品研发进度。

（6）能够合理确定各种产品生产进度。

(7) 能够根据生产决策, 确定合理确定生产线安排, 是购买、更新, 还是转产生产线。

(8) 能够根据营销和生产的要求, 进行财务分析, 确定合理的筹资和投资策略, 保持财务平衡。

2. 知识目标:

- (1) 熟悉企业经营的地区市场和产品市场结构。
- (2) 掌握市场开拓与订单获得的知识。
- (3) 掌握广告投放规律与 ISO 资格认证知识。
- (4) 掌握资源在营销、生产、财务中的平衡知识。
- (5) 掌握制定产品研发的影响因素。
- (6) 掌握近期产品与远期产品对公司成长的影响。
- (7) 掌握生产线的购买、更新与转产的影响因素。
- (8) 掌握影响营销、生产、财务平衡的因素。

3. 素质目标:

- (1) 具备企业经营团队合作的素质。
- (2) 培养仔细、认真、谨慎的素质。
- (3) 培养对外沟通交流、协商的素质。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计

序号	项目(模块)名称	学时
1	第一轮 ERP 沙盘演练	12
2	第二轮 ERP 沙盘演练	20
合计		32

2. 能力训练项目设计(一般指二级项目内容)

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果(可展示)
1	第一轮 ERP 沙盘演练	12	①能够初步完成企业生产经营周期循环; ②能够根据经营周	①企业经营的地区市场和产品市场结构; ②市场开拓与订单获得; ③广告投放与 ISO 资格认证知识;	学生分组, 每班分为 6-8 组。通过 ERP 沙盘演练软件	各组经营成果, 计算各组得分。

			期的各项决策, 初步完成影响决策因素和经营绩效的分析。	④产品研发决策制定知识; ⑤近期产品与远期产品选择; ⑥生产线的购买、更新与转产; ⑦影响营销、生产、财务平衡的因素。	平台, 完成 6 年期的运营过程。	
2.1	第一年ERP沙盘手工运营	4	①能够根据企业经营的本地市场和自己的资金情况, 确定生产产品 P1 的大概量; ②能够参与广告订单投放与竞单, 获取订单; ③组织 ISO 资格认证。	①订单的获取与资金平衡; ②缴纳基期税额知识; ③ISO 资格认证知识。	每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第一年的各项运营决策。	手工完成第一年的运营。
2.2	第二年ERP沙盘手工运营	4	①能够完成本地和区域市场广告投放; ②能够合理安排产品 P1 和产品 P2 的生产量和生产方式, 使资源获取最大效益; ③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策; ④能够监控产品的进度; ⑤合理安排短期借款与长期借款, 使财务费用降到最低。	①产品 P1 和产品 P2 的生产量的平衡; ②产品生产方式效益的计算; ③短期借款与长期借款对财务费用的影响; ④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。	每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第二年的各项运营决策。	手工完成第二年的运营。
2.3	第三年ERP沙盘手工运营	4	①能够完成本地、区域和国内市场广告投放的平衡; ②能够合理安排产品 P1、P2 和 P3 的生产量和生产方式, 使资源获取最大效益; ③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策; ④能够监控产品的进度; ⑤合理安排短期借款与长期借款, 使财务费用降到最低。	①产品 P1、P2 和 P3 的生产量的平衡; ②产品生产方式的更新与变革; ③短期借款与长期借款对财务费用的影响; ④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。	每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第三年的各项运营决策。	手工完成第三年的运营。

2.4	第四年ERP 沙盘手工 运营	4	<p>①能够完成本地、区域、国内和亚洲市场广告投放的平衡；</p> <p>②能够合理安排产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式,使资源获取最大效益；</p> <p>③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策；</p> <p>④能够监控产品的进度；</p> <p>⑤合理安排短期借款与长期借款,使财务费用降到最低。</p>	<p>①产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量的平衡；</p> <p>②产品生产方式的更新与变革；</p> <p>③短期借款与长期借款对财务费用的影响,保证资金供求平衡；</p> <p>④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。</p>	<p>每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第四年的各项运营决策。</p>	<p>手工完成第四年的运营。</p>
2.5	第五年ERP 沙盘手工 运营	2	<p>①能够完成本地、区域、国内、亚洲和国际市场广告投放的平衡；</p> <p>②能够合理安排产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式,使资源获取最大效益；</p> <p>③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策；</p> <p>④能够监控产品的进度；</p> <p>⑤合理安排短期借款与长期借款,使财务费用降到最低。</p>	<p>①产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量的平衡；</p> <p>②产品生产方式的更新与变革；</p> <p>③短期借款与长期借款对财务费用的影响,保证资金供求平衡；</p> <p>④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。</p>	<p>每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第五年的各项运营决策。</p>	<p>手工完成第五年的运营。</p>
2.6	第六年ERP 沙盘手工 运营	2	<p>①能够完成本地、区域、国内、亚洲和国际市场广告投放的平衡；</p> <p>②能够有效淘汰产品 P1 的生产,合理安排产品 P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式,使资源获取最大效益；</p> <p>③能够根据情形做</p>	<p>①产品 P2、P3 和 P4 的生产量的平衡；</p> <p>②产品生产方式的更新与变革；</p> <p>③短期借款与长期借款对财务费用的影响,保证资金供求平衡；</p> <p>④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。</p>	<p>每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第六年的各项运营决策。</p>	<p>①手工完成第六年的运营；</p> <p>②计算自己小组的得分。</p>

			出适合当时情形的产品研发决策； ④能够监控产品的进度； ⑤合理安排短期借款与长期借款，使财务费用降到最低。			
--	--	--	---	--	--	--

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法
1	9	12	第一轮 ERP 沙盘演练	①能够初步完成企业生产经营周期循环； ②能够根据经营周期的各项决策，初步完成影响决策因素和经营绩效的分析。	1	①企业经营的地区市场和产品市场结构； ②市场开拓与订单获得； ③广告投放与 ISO 资格认证知识； ④产品研发决策制定知识； ⑤近期产品与远期产品选择； ⑥生产线的购买、更新与转产； ⑦影响营销、生产、财务平衡的因素。	是否完成 6 年经营过程及运营得分
2	9	4	第一年 ERP 沙盘手工运营	①能够根据企业经营的本地市场和自己的资金情况，确定生产产品 P1 的大概量； ②能够参与广告订单投放与竞标，获取订单； ③组织 ISO 资格认证。	2.1	①订单的获取与资金平衡； ②缴纳基期税额知识； ③ISO 资格认证知识。	能否在规定时间内手工完成第一年的运营
3	9	4	第二年 ERP 沙盘手工运营	①能够完成本地和区域市场广告投放； ②能够合理安排产品 P1 和产品 P2 的生产量和生产方式，使资源获取最大效益； ③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策； ④能够监控产品的进度； ⑤合理安排短期借款与长期借款，使财务费用降到最低。	2.2	①产品 P1 和产品 P2 的生产量的平衡； ②产品生产方式效益的计算； ③短期借款与长期借款对财务费用的影响； ④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。	能否在规定时间内手工完成第二年的运营
4	9	4	第三年 ERP 沙盘	①能够完成本地、区域和国内市场广告投放的平衡； ②能够合理安排产品 P1、P2 和	2.3	①产品 P1、P2 和 P3 的生产量的平衡； ②产品生产方式的更新与变革；	能否在规定时间内手

			手工运营	P3 的生产量和生产方式, 使资源获取最大效益; ③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策; ④能够监控产品的进度; ⑤合理安排短期借款与长期借款, 使财务费用降到最低。		③短期借款与长期借款对财务费用的影响; ④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。	工完成第三年的运营
5	9	4	第四年 ERP 沙盘手工运营	①能够完成本地、区域、国内和亚洲市场广告投放的平衡; ②能够合理安排产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式, 使资源获取最大效益; ③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策; ④能够监控产品的进度; ⑤合理安排短期借款与长期借款, 使财务费用降到最低。	2.4	①产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量的平衡; ②产品生产方式的更新与变革; ③短期借款与长期借款对财务费用的影响, 保证资金供求平衡; ④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。	能否在规定时间内手工完成第四年的运营
6	9	2	第五年 ERP 沙盘手工运营	①能够完成本地、区域、国内、亚洲和国际市场广告投放的平衡; ②能够合理安排产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式, 使资源获取最大效益; ③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策; ④能够监控产品的进度; ⑤合理安排短期借款与长期借款, 使财务费用降到最低。	2.5	①产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量的平衡; ②产品生产方式的更新与变革; ③短期借款与长期借款对财务费用的影响, 保证资金供求平衡; ④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。	能否在规定时间内手工完成第五年的运营
7	9	2	第六年 ERP 沙盘手工运营	①能够完成本地、区域、国内、亚洲和国际市场广告投放的平衡; ②能够有效淘汰产品 P1 的生产, 合理安排产品 P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式, 使资源获取最大效益; ③能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策; ④能够监控产品的进度; ⑤合理安排短期借款与长期借款, 使财务费用降到最低。	2.6	①产品 P2、P3 和 P4 的生产量的平衡; ②产品生产方式的更新与变革; ③短期借款与长期借款对财务费用的影响, 保证资金供求平衡; ④产品研发对生产和财务的需求及其对公司竞争力的影响。	①能否在规定时间内手工完成第六年的运营; ②得分。

(四) 实战耗材计划表

序号	实战项目	实战耗材名称	计量单位	计划需要数量	备注
1	沙盘演练	企业运营表	份	36	
2	沙盘演练	财务报表	份	36	

（五）第一次课设计梗概

1. 自我介绍，通告通信方式。介绍该课程性质、学习目标、考核要求；后续课程与该课程的关系。（10 分钟）

2. 新课教学：（30 分钟）

（1）介绍 ERP 沙盘演练平台（5 分钟）。

（2）进入界面，实际操作模拟企业第一年经营。通过对本地市场的了解，确定小组经营策略，进行广告投放与竞单。获取订单后，安排生产，进行有效的监控，使生产原材料、在制品和产成品达到市场的动态需求，有效利用资金，进行合理的筹资，达到短期资金和长期资金的平衡（25 分钟）。

四、教学组织形式

分组教学、手工操作、现场指导和少量 PPT 演示。

此课程将把参加模拟实战的学生分成 6 组，每组 5 人，每组各代表不同的一个虚拟公司（各个公司是同行业中的竞争对手），在这个训练中，每个小组的成员将分别担任公司中的重要职位（CEO、CFO、市场总监、生产总监等）。他们从先前的管理团队中接手企业，在面对来自其它企业（其它学员小组）的激烈竞争中，将企业向前推进、发展，经营中必须做出众多的决策。例如新产品的开发、生产设施的改造、新市场中销售潜能的开发等等。每个独立的决策似乎容易做出，然而当它们综合在一起时，许多不同的选择方案自然产生。涉及整体战略、产品研发、生产排程、市场与销售、财务、团队沟通与建设等多个方面。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
*过程考核	学习态度	是否积极回答问题	课堂提问	回答问题	10
	上课考勤	到课率	日常考勤	点名	10
	平时测验	测验成绩	随堂测试	测试	

	作业完成	每一年的经营完成情况和经营结果	经营结果	净利润	60
	课外实践	实习成果	下企业实习	企业资料及企业评估	
结果考核	平时实战	*平时实战成绩	实战报告	报告的内容	20
	期末考试	*期末考试成绩	理论考试	闭卷或开卷	
			实战考试	闭卷或开卷	

六、教材的选用

(一) 教材或讲义编写建议

注意技能目标和知识目标的明确制定，项目任务驱动安排教学环节。

(二) 推荐教材

王媚莎，《企业经营管理沙盘实战》，经济科学出版社，2014年8月

(三) 教学参考资料

高市 王晓霜 宣胜瑾，《ERP 沙盘实战教程》，东北财经大学出版社，2008年3月

七、主要教学资源要求

(一) 教师要求

本专业“双师”资格教师（具备相关专业职业资格证书或企业经历）

- 1、具备本专业大学本科以上学历，并接受过职业教育教学方法论培训；
- 2、具备 ERP 相关的实践工作经验，可实行专职教师和行业兼职教师相互配合，共同开发课程、共同备课授课、共同命题的双元课程建设主体模式。

(二) 学习场地、设施要求

1. 多媒体机房；
2. ERP 沙盘演练软件平台。

(三) 课程资源的开发与利用

- 1、积极与企业建立“校企合作”关系，建立实战基地、编写教材等；
- 2、校内图书馆引入相关教学参考资料、行业信息等；
- 3、积极组织学生参加“全国 ERP 管理沙盘模拟大赛”。

4、网络资源:

<http://www.loveerp.com>

<http://www.erpshapan.com>

《企业经营管理沙盘实战》授 课 计 划 表

2016-2017 学年第 2 学期

任课教师		陈飞飞		任教课程		企业经营管理沙盘实战					
任课班级					采用教材						参考书名称与作者
					名称			作者、出版社			
微商创业经理人班											《企业经营管理沙盘实战》
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想: 80%过程考核成绩, 20%平时实训成绩, 0%期末考试成绩
					总课时	其 中					
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排	
32	0	32	1	32	32			32			
1、本课程教学目标:											
能力目标:											
(1) 能够根据市场情形, 制定企业营销计划和合理的广告投放方案, 拓展新市场。											
(2) 能够根据市场的随机事件的变化, 进行相应分析, 确定订单量。											
(3) 能够根据市场开拓进展情况, 适时进行 ISO 资格认证。											
(4) 能够完成内部的营销、生产、财务的沟通, 做好资源分配的平衡。											
(5) 能够根据总的战略决策, 确定产品研发进度。											

(6) 能够合理确定各种产品生产进度。

(7) 能够根据生产决策，确定合理确定生产线安排，是购买、更新，还是转产生生产线。

(8) 能够根据营销和生产的的要求，进行财务分析，确定合理的筹资和投资策略，保持财务平衡。

知识目标：

(1) 熟悉企业经营的地区市场和产品市场结构。

(2) 掌握市场开拓与订单获得的知识。

(3) 掌握广告投放规律与 ISO 资格认证知识。

(4) 掌握资源在营销、生产、财务中的平衡知识。

(5) 掌握制定产品研发的影响因素。

(6) 掌握近期产品与远期产品对公司成长的影响。

(7) 掌握生产线的购买、更新与转产的影响因素。

(8) 掌握影响营销、生产、财务平衡的因素。

2、教学用具 ①授课用具：ERP 实训室、ERP 沙盘、企业经营资料、多媒体

②学生用具：电脑、ERP 沙盘、企业经营资料

3、课程考核方式和考核标准：

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
*过程考核	学习态度	是否积极回答问题	课堂提问	回答问题	10
	上课考勤	到课率	日常考勤	点名	10
	平时测验	测验成绩	随堂测试	测试	
	作业完成	每一年的经营完成情况和经营结果	经营结果	净利润	60
	课外实践	实习成果	下企业实习	企业资料及企业评估	
结果考核	平时实训	*平时实训成绩	实训报告	报告的内容	20
	期末考试	*期末考试成绩	理论考试	闭卷或开卷	
			实训考试	闭卷或开卷	

备注：①相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划；②课程考核方式和考核标准表中用不上的项目请空着，不要删除；③课程考核方式设想、教学用具、课程考核方式和考核标准中内容和数据均可从本课程课程标准中获取。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实训	实习	实验		
5	第一轮 ERP 沙盘演练		12			1、能够初步完成企业生产经营周期循环；能够根据经营周期的各项决策，初步完成影响决策因素和经营绩效的分析。 2、学生分组，每班分为6-8组。通过ERP沙盘演练软件平台，完成6年期的运营过程。	各组经营成果，计算各组得分。
5	第一年运营		4			1、能够根据企业经营的本地市场和自己的资金情况，确定生产产品P1的大概量；能够参与广告订单投放与竞标，获取订单；组织ISO资格认证。 2、每组在ERP沙盘演练软件平台上手工完成第一年的各项运营决策。	手工完成第一年的运营。
5	第二年运营		4			1、能够完成本地和区域市场广告投放；能够合理安排产品P1和产品P2的生产量和生产方式，使资源获取最大效	手工完成第二年的运营。

					<p>益；能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策；能够监控产品的进度；合理安排短期借款与长期借款，使财务费用降到最低。</p> <p>2、每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第二年的各项运营决策。</p>	
5	第三年运营		4		<p>1、能够完成本地、区域和国内市场广告投放的平衡；能够合理安排产品 P1、P2 和 P3 的生产量和生产方式，使资源获取最大效益；能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策；能够监控产品的进度；合理安排短期借款与长期借款，使财务费用降到最低。</p> <p>2、每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第三年的各项运营决策。</p>	手工完成第三年的运营。
5	第四年运营		4		<p>1、能够完成本地、区域、国内和亚洲市场广告投放的平衡；能够合理安排产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式，使资源获取最大效益；能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策；能够监控产品的进度；合理安排短期借款与长期借款，使财务费用降到最低。</p> <p>2、每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第</p>	手工完成第四年的运营。

						四年的各项运营决策。	
5	第五年运营		2			1、能够完成本地、区域、国内、亚洲和国际市场广告投放的平衡；能够合理安排产品 P1、P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式，使资源获取最大效益；能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策；能够监控产品的进度；合理安排短期借款与长期借款，使财务费用降到最低。 2、每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第五年的各项运营决策。	手工完成第五年的运营。
5	第六年运营		2			1、能够完成本地、区域、国内、亚洲和国际市场广告投放的平衡；能够有效淘汰产品 P1 的生产，合理安排产品 P2、P3 和 P4 的生产量和生产方式，使资源获取最大效益；能够根据情形做出适合当时情形的产品研发决策；能够监控产品的进度；合理安排短期借款与长期借款，使财务费用降到最低。 2、每组在 ERP 沙盘演练软件平台上手工完成第六年的各项运营决策。	① 手工完成第六年的运营； ② 计算自己小组的得分。
合计			32				

备注：“教学内容”中所含能力训练项目、“课时分配”、“能力目标”、“训练方式及步骤”均需大致与本课程的课程标准中“教学进度设计”表内的进度、学时数及内容相一致。

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

《创业团队管理》课程

一、课程基本信息

课程名称：创业团队管理 学 分：2

课程代码： 学 时：32

先修课程：管理学、企业经营模拟沙盘实训

后续课程： 企业创业实战、微信营销实战、商务谈判

适用专业：微商创业经理人班

编制人：简淑媚 审核人：陈飞飞

制订时间：2017 年 2 月 10 日

二、课程性质

创业团队管理是大学生创新创业教学中必不可少的一门课程，是一门知识性、技能性和实用性都较强的一门学科。本课程以学生为主体，注重学生的学习能力和实践能力培养，在课堂形式和教学组织方面作了探索性的改革。该课程以案例讨论、情景模拟、分组讨论展示的形式开展，内容包括创业团队的组建、创业团队的人员配置、创业团队的文化建设、创业团队的沟通与激励等方面。通过将教师讲授和学生实践相结合，在学生了解基本理论和原理的基础上，最大限度地发挥他们的创造力和主观能动性，从而形成他们自己的创业团队建设和管理思维。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1. 能力目标：

- （1）能够根据团队的界定和特征准确分辨出团队和群体。
- （2）能够根据创业团队的不同类型，选择出适合自己的类型。
- （3）能够根据创业团队组建的一般程序规划出自己团队组建的步骤，并进行组建。
- （4）能够运用创业团队不同发展阶段的成员异质性优缺点对自己团队进行人员安排。
- （5）能够根据岗位分类和设置原则对创业团队定编定员，并进行合理的岗

位设置。

(6) 能够根据自己创业团队的特点选择适合自己团队的文化类型，并对团队文化进行设计。

(7) 能够在了解沟通功能及其重要性的基础上，合理运用各种沟通技巧，并建立创业团队的沟通制度。

(8) 能够根据创业团队激励的一般方法，运用各种方式对不同类型成员进行激励。

(9) 能够分辨出优秀创业团队与劣质创业团队。

2. 知识目标:

(1) 了解创业团队的定义和特征。

(2) 认识群体与团队的区别。

(3) 掌握创业团队的不同类型。

(4) 了解创业团队建设的基本条件和问题。

(5) 掌握创业团队不同发展阶段的成员异质性安排。

(6) 熟悉创业团队组建的一般程序。

(7) 了解团队成员岗位设置的分类和原则。

(8) 熟悉创业团队文化的内容、特点和功能。

(9) 掌握沟通的基本分析、功能和通道。

(10) 了解创业团队沟通的方法和技巧。

(11) 熟悉团队激励的理论。

3. 素质目标:

(1) 团体合作能力。通过分组方式的配合训练，树立团队协作与合作的意识。

(2) 具备搜索资料的和自主学习的能力。

(3) 语言表达沟通能力。通过课堂演讲，小组讨论，锻炼学生的语言表达沟通能力。

创业团队管理课程教学活动设计

1. 课程内容设计

序号	项目（模块）名称	学时
----	----------	----

1	创业团队的组建	8
2	创业团队的人员配置	8
3	创业团队的文化建设	8
4	创业团队的沟通与激励	8
合计		32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1.1	创业团队的组建	4	（1）能够根据团队的界定和特征准确分辨出团队和群体。 （2）能够根据创业团队的不同类型，选择出适合自己的类型。	（1）创业团队管理课程的介绍 （2）创业团队的定义和特征 （3）创业团队的类型 （4）创业团队不同发展阶段成员异质性安排 （5）创业团队组建的一般程序	教师讲授，在讲授过程中嵌入案例、小测试和小游戏让学生获得以上能力目标。	辨别案例中的团队和群体。
1.2	创业团队的组建（二）	4	（1）能够根据创业团队组建的一般程序规划出自己团队组建的步骤，并进行组建。 （2）能够运用创业团队不同发展阶段的成员异质性优缺点对自己团队进行人员安排。	（1）分组讨论，规划自己创业团队组建的步骤 （2）规划自己团队的人员安排	学生分组讨论并设计自己的团队组建步骤，组建团队。向全班分享自己的想法。	展示创业团队成员
2.1	创业团队的人员配置	4	（1）能够根据岗位分类和设置原则对创业团队定编定员，并进行合理的岗位设置。	（1）团队成员的岗位设置 （2）创业团队成员的招聘 （3）创业团队的培训	教师讲授重要知识点，为下节课学生的实践打好基础。	课堂中案例分析（分析案例中创业团队成员担任的职务）
2.2	创业团队的人员配置（二）	4	（1）能够根据团队的需要招聘合适的人员。 （2）能够根据创业团队人员的特征	（1）模拟招聘创业团队成员 （2）设计团队培训方略和大致内容	给定一个场景，让学生分组上台模拟创业团队招聘的情景，台	角色扮演、上台展示讨论结果

			设计相应的培训方略和内容。		下学生和教师给出建议和意见。 学生自由讨论,对自己的创业团队优势劣势作出分析,从中制定出培训的方略和内容。	
3.1	创业团队的文化建设	4	(1)能够在理解高层领导者与团队文化关系的基础上选择合适自己团队文化的类型。	(1) 团队文化的概述 (2) 团队的文化类型与选择 (3) 创业团队文化的设计与创建	教师讲授知识点,学生在理解知识点的基础上能进行案例分析。	案例分析
3.2	创业团队的文化建设(二)	4	(1)能够根据自己创业团队的特点选择适合自己团队的文化类型,并对团队文化进行设计。 (2)能够对自己创业团队的文化设计创立途径和步骤。	(1) 案例分析(分辨案例中不同公司的文化类型选择,感悟不同文化给企业带来的影响) (2) 设计创业团队的文化 (3) 分析自己团队所设想的文化需要的创立步骤	通过学生案例分析、分组讨论等方式达到能力训练目标。	案例分析、设计团队文化和创立步骤并展示
4.1	创业团队的沟通与激励	4	(1)在理解沟通重要性的基础上与团队成员更好地进行沟通,合理运用沟通方法和技巧。 (2)根据自己的需求,认清合适自己的激励方式和方法。	(1) 沟通概述 (2) 创业团队沟通的方法和技巧 (3) 创业团队激励	在教师讲授理论知识的基础上,穿插“站队传话”、“你比我猜”等小游戏,让学生理解沟通的重要性,以及除了语言沟通还有表情、姿势等的沟通。抽学生讲述符合他自己需求的激励方式和方法。	课堂游戏
4.2	创业团队的沟通与激励(二)	4	(1)能够建立创业团队的沟通制度。 (2)能够根据创业	(1) 创立创业团队沟通制度 (2) 对不同类型成员的激励 (3) 分享优秀创业团队	分组规划自己团队的沟通制度并派	分组讨论并展示、分享优秀创

			<p>团队激励的一般方法，运用各种方式对不同类型成员进行激励。</p> <p>(3)能够分辨出优秀创业团队与劣质创业团队。</p>		<p>代表上台展示。</p> <p>能认清自己团队成员的需求，并设计出符合各个成员的激励方式。</p> <p>向全班分享自己喜欢的优秀的创业团队。</p>	业团队的故事
--	--	--	---	--	---	--------

教学进度设计（本表不含节假日）

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法
1	12	4	创业团队的组建	<p>(1) 能够根据团队的界定和特征准确分辨出团队和群体。</p> <p>(2) 能够根据创业团队的不同类型，选择出适合自己的类型。</p>	1.1	<p>(1) 创业团队管理课程的介绍</p> <p>(2) 创业团队的定义和特征</p> <p>(3) 创业团队的类型</p> <p>(4) 创业团队不同发展阶段成员异质性安排</p> <p>(5) 创业团队组建的一般程序</p>	能否辨别案例中的团队和群体。
2	12	4	创业团队的组建 (二)	<p>(1) 能够根据创业团队组建的一般程序规划出自己团队组建的步骤，并进行组建。</p> <p>(2) 能够运用创业团队不同发展阶段的成员异质性优缺点对自己团队进行人员安排。</p>	1.2	<p>(1) 分组讨论，规划自己创业团队组建的步骤</p> <p>(2) 规划自己团队的人员安排</p>	展示创业团队成员的情况
3	13	4	创业团队的人员配	<p>(1) 能够根据岗位分类和设置原则对创业团队定编定员，并进行合理的岗位设置。</p>	2.1	<p>(1) 团队成员的岗位设置</p> <p>(2) 创业团队成员的招聘</p> <p>(3) 创业团队的培训</p>	能否分析出案例中创业团队成员担

			置				任的职务
4	13	4	创业团队的人员配置 (二)	(1) 能够根据团队的需要招聘合适的人员。 (2) 能够根据创业团队人员的特征设计相应的培训方略和内容。	2.2	(1) 模拟招聘创业团队成员 (2) 设计团队培训方略和大致内容	角色扮演、上台展示讨论结果的情况
5	14	4	创业团队的文化建设	(1) 能够在理解高层领导者与团队文化关系的基础上选择合适自己团队文化的类型。	3.1	(1) 团队文化的概述 (2) 团队的文化类型与选择 (3) 创业团队文化的设计与创建	能否进行案例分析
6	14	4	创业团队的文化建设 (二)	(1) 能够根据自己创业团队的特点选择适合自己团队的文化类型,并对团队文化进行设计。 (2) 能够对自己创业团队的文化设计创立途径和步骤。	3.2	(1) 案例分析(分辨案例中不同公司的文化类型选择,感悟不同文化给企业带来的影响) (2) 设计创业团队的文化 (3) 分析自己团队所设想的文化需要的创立步骤	能否进行案例分析、设计团队文化和创立步骤并展示
7	15	4	创业团队的沟通与激励	(1) 在理解沟通重要性的基础上与团队成员更好地进行沟通,合理运用沟通方法和技巧。 (2) 根据自己的需求,认清合适自己的激励方式和方法。	4.1	(1) 在理解沟通重要性的基础上与团队成员更好地进行沟通,合理运用沟通方法和技巧。 (2) 根据自己的需求,认清合适自己的激励方式和方法。	课堂游戏的情况
8	15	4	创业团队的沟通与激励 (二)	(1) 能够建立创业团队的沟通制度。 (2) 能够根据创业团队激励的一般方法,运用各种方式对不同类型成员进行激励。 (3) 能够分辨出优秀创业团队与劣质创业团队。	4.2	(1) 创立创业团队沟通制度 (2) 对不同类型成员的激励 (3) 分享优秀创业团队	分组讨论并展示、分享优秀创业团队故事的情况

第一次课设计梗概

1. 自我介绍, 通告通信方式。介绍该课程性质、学习目标、考核要求; 后续课程与该课程的关系。(10 分钟)

2. 学生简单自我介绍。(20 分钟)

3. 新课教学：（100 分钟）

（1）创业团队的定义和特征（团队的界定和特征、创业团队的界定和特征）。

（15 分钟）

（2）创业团队的类型。（15 分钟）

（3）创业团队建设的基本条件和问题。（20 分钟）

（4）创业团队不同发展阶段的成员异质性安排。（25 分钟）

（5）创业团队组建的一般程序。（25 分钟）

4. 小练习（分辨团队和群体）。（15 分钟）

5. 课程内容回顾。（15 分钟）

四、教学组织形式

1. 教师讲授法。教师通过讲授的方式将课程设计的理论和原理传授给学生。

2. 案例教学法。在讲授的过程中嵌入相应的案例进行教学。

3. 角色扮演法。学生在给定故事背景的基础上进行角色扮演，增加课堂趣味性和提高学生参与度。

4. 分组讨论法。学生通过分组讨论、头脑风暴等方式开发自己思维，从而产生更多新鲜有趣的想法。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
*过程考核	上课表现	是否积极回答问题	回答问题	10
	出勤情况	到课率	点名	10
	分析能力	准确度	回答	15
	作业完成	每一次任务完成情况	检查	15
	课内实践	实践成果	展示情况	20
结果考核	个人报告	完成情况和质量	评比	30

六、教材的选用

推荐教材：

邓俊荣《技术创业：企业组织设计与团队建设》，晋安电子科技大学出版社，2010

年 1 月

教学参考资料:

才让尕及、桑德合才旦、孙新,《创业精神与团队意识塑造》,经济管理出版社,2017 年 3 月

创业邦 <http://www.cyzone.cn>

i 黑马网 <http://www.iheima.com/>

青年创业网 <http://www.qncy.com/>

创业网 <http://www.cye.com.cn/>

《创业团队管理》授课计划表

2016-2017 学年 2 学期

任课教师	简淑媚				任教课程	创业团队管理					
任课班级					采用教材						参考书名称与作者
					名称			作者、出版社			
微商创业经理人班					技术创业: 企业组织设计与团队建设			邓俊荣 晋安电子科技大学出版社			才让尕及、桑德合才旦、孙新 《创业精神与团队意识塑造》
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想: 70%过程考核成绩, 30%期末考核成绩
					总课时	其 中					
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排	机 动
32	32	0	4	8	32	16		16			
4、本课程教学目标:											

能力目标：

- (1) 能够根据团队的界定和特征准确分辨出团队和群体。
- (2) 能够根据创业团队的不同类型，选择出适合自己的类型。
- (3) 能够根据创业团队组建的一般程序规划出自己团队组建的步骤，并进行组建。
- (4) 能够运用创业团队不同发展阶段的成员异质性优缺点对自己团队进行人员安排。
- (5) 能够根据岗位分类和设置原则对创业团队定编定员，并进行合理的岗位设置。
- (6) 能够根据自己创业团队的特点选择适合自己团队的文化类型，并对团队文化进行设计。
- (7) 能够在了解沟通功能及其重要性的基础上，合理运用各种沟通技巧，并建立创业团队的沟通制度。
- (8) 能够根据创业团队激励的一般方法，运用各种方式对不同类型成员进行激励。
- (9) 能够分辨出优秀创业团队与劣质创业团队。

知识目标：

- (1) 了解创业团队的定义和特征。
- (2) 认识群体与团队的区别。
- (3) 掌握创业团队的不同类型。
- (4) 了解创业团队建设的基本条件和问题。
- (5) 掌握创业团队不同发展阶段的成员异质性安排。
- (6) 熟悉创业团队组建的一般程序。
- (7) 了解团队成员岗位设置的分类和原则。
- (8) 熟悉创业团队文化的内容、特点和功能。
- (9) 掌握沟通的基本分析、功能和通道。
- (10) 了解创业团队沟通的方法和技巧。
- (11) 熟悉团队激励的理论。

5、教学用具：

- (1) 授课用具：多媒体、电脑、麦克风；
- (2) 学生用具：电脑。

6、课程考核方式和考核标准：

70 %过程性考核成绩, 30 %终结性考核成绩。

过程考核主要依据出勤情况、上课表现、分析能力、作业完成质量、实践参与程度；
终结性考核依据最终各位同学提交的个人报告进行最终评定。

备注：①相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划；②课程考核方式和考核标准表中用不上的项目请空着，不要删除；③课程考核方式设想、教学用具、课程考核方式和考核标准中内容和数据均可从本课程课程标准中获取。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实训	实习	实验		
13	项目一： 创业团队的组建 任务 1 创业团队管理课程的介绍 任务 2 创业团队的定义和特征 任务 3 创业团队的类型 任务 4 创业团队不同发展阶段成员异质性安排 任务 5 创业团队组建的一般程序	4				1、能力目标： (1)能够根据团队的界定和特征准确分辨出团队和群体。 (2)能够根据创业团队的不同类型，选择出适合自己的类型。 2、训练方式及步骤： 教师讲授，在讲授过程中嵌入案例、小测试和小游戏让学生获得以上能力目标。	辨别团队和群体
13	项目二： 创业团队的组建（二） 任务 1 分组讨论，规划自己创业团队组建的步骤 任务 2 规划自己团队的人员安排		4			1、能力目标： (1)能够根据创业团队组建的一般程序规划出自己团队组建的步骤，并进行组建。	课堂展示创业团队成员

					<p>(2) 能够运用创业团队不同发展阶段的成员异质性优缺点对自己团队进行人员安排。</p> <p>2、训练方式及步骤： 学生分组讨论并设计自己的团队组建步骤，组建团队。向全班分享自己的想法。</p>	
14	<p>项目三： 创业团队的人员配置</p> <p>任务 1 团队成员的岗位设置</p> <p>任务 2 创业团队成员的招聘</p> <p>任务 3 创业团队的培训</p>	4			<p>1、能力目标：</p> <p>(1) 能够根据岗位分类和设置原则对创业团队定编定员，并进行合理的岗位设置。</p> <p>2、训练方式及步骤： 教师讲授重要知识点，为下节课学生的实践打好基础。</p>	课堂中案例分析（分析案例中创业团队成员担任的职务）
14	<p>项目四：创业团队的人员配置（二）</p> <p>任务 1 模拟招聘创业团队成员</p> <p>任务 2 设计团队培训方略和大致内容</p>	4			<p>1、能力目标：</p> <p>(1) 能够根据团队的需要招聘合适的人员。</p> <p>(2) 能够根据创业团队人员的特征设计相应的培训方略和内容。</p> <p>2、训练方式及步骤： 给定一个场景，让学生分组上台模拟创业团队招聘的情景，台下学生和教师给出建议和意见。 学生自由讨论，对自己的创业团队优势劣势作出分析，从中制定出培训的方略和内容。</p>	角色扮演、上台展示讨论结果
15	<p>项目五： 创业团队的文化建设</p> <p>任务 1 团队文化的概述</p>	4			<p>1、能力目标：</p> <p>(1) 能够在理解高层领</p>	案例分析

	<p>任务 2 团队的文化类型与选择</p> <p>任务 3 创业团队文化的设计与创建</p>				<p>导者与团队文化关系的基础上选择适合自己团队文化的类型。</p> <p>2、训练方式及步骤： 教师讲授知识点，学生在理解知识点的基础上能进行案例分析。</p>	
15	<p>项目六： 创业团队的文化建设（二）</p> <p>任务 1 案例分析(分辨案例中不同公司的文化类型选择，感悟不同文化给企业带来的影响)</p> <p>任务 2 设计创业团队的文化</p> <p>任务 3 分析自己团队所设想的文化需要的创立步骤</p>		4		<p>1、能力目标：</p> <p>(1) 能够根据自己创业团队的特点选择适合自己团队的文化类型，并对团队文化进行设计。</p> <p>(2) 能够对自己创业团队的文化设计创立途径和步骤。</p> <p>2、训练方式及步骤： 通过学生案例分析、分组讨论等方式达到能力训练目标。</p>	<p>案例分析、设计团队文化和创立步骤并展示</p>
16	<p>项目七： 创业团队的沟通与激励</p> <p>任务 1 沟通概述</p> <p>任务 2 创业团队沟通的方法和技巧</p> <p>任务 3 创业团队激励</p>		4		<p>2、能力目标：</p> <p>(1) 在理解沟通重要性的基础上与团队成员更好地进行沟通，合理运用沟通方法和技巧。</p> <p>(2) 根据自己的需求，认清适合自己的激励方式和方法。</p> <p>2、训练方式及步骤： 在教师讲授理论知识点的基础上，穿插“站队传话”、“你比我猜”等小游戏，让学生理解沟通的重要性，以及除了语言沟通还有表情、姿势等</p>	<p>课堂游戏</p>

					的沟通。 抽学生讲述符合他自己需求的激励方式和方法。	
16	项目八：创业团队的沟通与激励（二） 任务 1 创立创业团队沟通制度 任务 2 对不同类型成员的激励 任务 3 分享优秀创业团队		4		1、能力目标： （1）能够建立创业团队的沟通制度。 （2）能够根据创业团队激励的一般方法，运用各种方式对不同类型成员进行激励。 （3）能够分辨出优秀创业团队与劣质创业团队。 2、训练方式及步骤： 分组规划自己团队的沟通制度并派代表上台展示。 能认清自己团队成员的需求，并设计出符合各个成员的激励方式。 向全班分享自己喜欢的优秀的创业团队。	分组讨论并展示、分享优秀创业团队的故事
	合计	16	16			

备注：“教学内容”中所含能力训练项目、“课时分配”、“能力目标”、“训练方式及步骤”均需大致与本课程的课程标准中“教学进度设计”表内的进度、学时数及内容相一致。

系负责人：陈楠媚

教研室主任：陈飞飞

任课教师：简淑

《演讲与口才》课程标准

一、课程基本信息

课程名称： 演讲与口才	学 分： 2
课程代码：	学 时： 32
先修课程： 创业团队管理、企业经营模拟沙盘实训	
后续课程： 微信营销实战、企业创业实战	
适用专业： 微商经理人班	
编制人： 简淑媚	审核人： 陈飞飞
制订时间： 2017 年 9 月 5 日	

二、课程性质

演讲与口才是大学生创新创业教学中必不可少的一门课程，是一门知识性、技能性和实用性都较强的一门学科。本课程以学生为主体，注重学生的学习能力和实践能力培养，在课堂形式和教学组织方面作了探索性的改革。该课程以案例讨论、演讲模拟、台上展示等形式开展，旨在通过本课程系统规范的学习与训练，加强学生对口才表达规律的认识，提高普通话口语表达能力，掌握实用口才运用的技巧，培养较强的交际能力，为顺利进行人际交往打下坚实基础。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1. 综合目标

通过本课程的教学，可以使学生认识演讲与口才的基本原理、熟悉其中的技巧，具备良好的演讲与口才能力，能分析和解决企业实际问题的方法，同时培养学生具有良好的职业道德素质，有优雅得体的气质与风度，有强烈的事业心，有坚持原则、爱岗敬业的精神，能够具备与人合作的团队精神，为学生毕业后成功地走入社会参加企业经营管理实践打下坚实的基础。

（1）加强学生的语言素质，使学生了解并掌握各种提高表述与交流能力的方法与技巧，加强其普通话的标准度，提高其朗读、演讲的水平，强化在日常生活和交际中的交谈和论辩能力，为学生的口才训练打下坚实的基础，使其形成自己特有的口才风格。

（2）通过该门课程提高学生的心理素质，培养学生对口才交际成功的渴求

与自信心理，加强其对抗失败的承受和防范心理，不因失败而妥协、放弃训练，使其优化自身心理素质。

(3) 培养学生的思维素质，加深学生对问题思考的宽度与深度，帮助学生发散思维，增强交流应对的反应度与准确性，能做到举一反三，培养学生换位思考的能力，以及综合多种角度思考问题的能力。

2. 能力目标：

(1) 能够克服心理障碍到讲台上进行自我介绍；

(2) 能够说出标准流利的普通话；

(3) 能够克服心理障碍，在口才训练中做到自信、大方沉着和稳定，不因害怕失败而错失表现机会，有渴望成功的欲望；

(4) 能够对各种问题进行多方位思路、发散思维，从而寻求最优的解决方案并表达出来；

(5) 能够在交际过程中展现出适宜的、自然的表情和神态，规范适度的体态和得体美观的穿着打扮；

(6) 能够认真倾听别人的话语，对所听到的内容进行接收、筛选、记忆、辨析和理解等，掌握对方话语中的核心重要内容；

(7) 能够感受诗文的丰富内涵，对诗文的朗诵进行准确适度的处理，让听者也能感受到诗文的真正内涵；

(8) 能够对事或物进行生动形象的描述，能够对所持观点进行准确到位的表达；

(9) 能够对辩题进行准确的分析和把握，能流畅地表达自己的观点，做到有理有据；

(10) 能够在日常生活中进行流畅的口语交际，与他人进行良好的沟通互动；

(11) 能够自信大方地展示自己，能够流利地回答面试官的问题，做到礼仪得体。

3. 知识目标：

(1) 理解和掌握普通话声母、韵母难点音的发音方法与技巧；

(2) 熟悉和掌握朗诵的语调、停顿、重音等技巧；

(3) 理解和掌握心理障碍的克服方法与训练方法；

(4) 了解思维优化训练的基本方法；

(5) 理解并掌握态势语的使用常识与技巧；

(6) 了解听话的技巧和要点；

- (7) 掌握朗诵的原理、方法和技巧；
- (8) 理解和掌握演讲、辩论的基本技巧和注意事项；
- (9) 认识和掌握沟通交际语言的特点与运用方法；
- (10) 了解求职面谈时注意的要点、方法和技巧。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	绪论	2
2	普通话、语音训练	2
3	口才心理素质训练	2
4	口才思维训练	4
5	态势语训练	4
6	听话训练	2
7	诵读训练	4
8	演讲训练	4
9	辩论训练	4
10	沟通训练	2
11	求职面谈指导训练	2
合计		32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1	绪论	2	（1）培养学生对课程学习的兴趣与积极性； （2）能够克服心理障碍到讲台上进行自我介绍。	（1）了解课程的意义、学习训练方法、考核要求。 （2）了解演讲与口才艺术的历史。 （3）理解演讲与口才和专	教师讲授，在讲授后邀请学生上台进行自我介绍。	学生自我介绍

				业的联系。 (4) 理解演讲与口才对创新创业的重要性。		
2	普通话语音训练	2	(1)能够说准确流利的普通话; (2)能够运用准确的语音语调表达。	(1) 了解普通话语音的情况; (2) 理解和掌握普通话声母、韵母难点音的发音方法与技巧。	教师讲授, 学生进行普通话训练并测试。	分组进行普通话水平测试
3	口才心理素质训练	2	(1)能够克服心理障碍, 在口才训练中做到自信、大方沉着和稳定, 不因害怕失败而错失表现机会, 有渴望成功的欲望。	(1) 了解口才运用中心理障碍的基本类型。 (2) 理解和掌握心理障碍的克服方法与训练方法。	教师讲授重要知识点, 学生表达自己的所用过的有效的克服心理障碍的方法。	介绍自己认为有效的克服心理障碍的方法
4	口才思维训练	4	(1)能够对各种问题进行多方位思路、发散思维, 从而寻求最优的解决方案并表达出来。	(1) 了解思维与口才相辅相成关系; (2) 了解思维的基本模式与特点; (3) 理解和掌握思维优化基本方法。	教师讲授; 给定几个问题, 让学生分组进行头脑风暴, 寻求最优解决方案, 到台上展示。	头脑风暴、台上展示
5	态势语训练	4	(1)能够在交际过程中展现出适宜的、自然的表情和神态, 规范适度的体态和得体美观的穿着打扮。	(1) 了解态势语的作用与基本类型; (2) 理解和掌握表情语、身姿语、服饰语的使用常识与技巧。	在教师讲授理论知识点的基础上, 请学生上台展示正确的礼仪礼节, 让学生真实感受大方得体的态势语, 台下的同学提出建议和意见。	学生上台展示规范的态势语
6	听话训练	2	(1)能够认真倾听别人的话语, 对所听到的内容进行接收、筛选、	(1) 了解听话能力与口语运用关系; (2) 理解和掌握听话能力。	教师讲授; 学生将学到的知识和技巧进行应	进行听话训练并展示其成果

			记忆、辨析和理解等； (2)掌握对方话语中的核心重要内容。		用，将老师播放的一段话的重要信息写下来，展示。	
7	诵读训练	4	(1)能够感受诗文的丰富内涵，对诗文的朗诵进行准确适度的处理，让听者也能感受到诗文的真正内涵。	(1)理解朗读与朗诵、朗诵与演讲的异同； (2)理解和掌握朗诵的语调、停顿、重音等技巧。	在教师讲授理论知识点的基础上，学生选择自己喜欢的诗文进行训练并且在班级面前展示。	诗文朗诵会
8	演讲训练	4	(1)能够对事或物进行生动形象的描述； (2)能够对所持观点进行准确到位的表达。	(1)了解演讲的内涵与特点； (2)理解和掌握演讲稿的撰写方法； (3)理解和掌握演讲的基本技巧。	教师讲授重点内容； 教师播放《超级演说家》相关视频，让学生点评； 学生选择自己喜欢的事物进行演讲。	演说视频观后感； 演讲比赛
9	辩论训练	4	(1)能够对辩题进行准确的分析和把握； (2)能流畅地表达自己的观点，做到有理有据。	(1)了解辩论的特点； (2)了解辩论赛的组织与实施方法； (3)理解和掌握辩论的形式与运用方法。	教师讲授重点内容； 教师给定辩题，学生分组根据辩题制定辩论方案和整理自己的理论依据，进行辩论赛。	辩论赛
10	沟通训练	2	(1)能够在日常生活中进行流畅的口语交际； (2)能够与他人进行良好的沟通互动。	(1)了解双向交流类口才基本类型； (2)理解和掌握交际语言的特点与运用方法。	在教师讲授理论知识点的基础上，穿插“站队传话”、“你比我猜”等小游戏，让学生理解沟通的重要性，以及除	课堂游戏

					了语言沟通还有表情、姿势等的沟通。	
11	求职面谈指导训练	2	(1)能够自信大方地展示自己; (2)能够流利地回答面试官的问题,做到礼仪得体。	(1)了解求职面谈的基本流程; (2)理解和掌握求职文件制作方法; (3)理解和掌握面试问题回答技巧; (4)理解和掌握面试礼仪。	教师讲授内容要点,学生根据要点进行模拟求职。	模拟求职

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				考核内容与方 法
			训练项目	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	
1	7	2	绪论	(1)培养学生对课程学习的兴趣与积极性; (2)能够克服心理障碍到讲台上进行自我介绍。	1	(1)了解课程的意义、学习训练方法、考核要求。 (2)了解演讲与口才艺术的历史。 (3)理解演讲与口才和专业的联系。 (4)理解演讲与口才对创新创业的重要性。	能够进行完整的自我介绍
2	7	2	普通话	(1)能够说准确流利的普通话;	2	(1)了解普通话语音的概况;	普通话是否标

			音 训 练	(2) 能够运用准确的语音语调表达。		(2) 理解和掌握普通话声母、韵母难点音的发音方法与技巧。	准
3	7	2	口 才 心 理 素 质 训 练	(1) 能够克服心理障碍, 在口才训练中做到自信、大方沉着和稳定, 不因害怕失败而错失表现机会, 有渴望成功的欲望。	3	(1) 了解口才运用中心理障碍的基本类型。 (2) 理解和掌握心理障碍的克服方法与训练方法。	介 绍 自 己 认 为 有 效 的 克 服 心 理 障 碍 的 方 法
4	8	4	口 才 思 维 训 练	(1) 能够对各种问题进行多方位思路、发散思维, 从而寻求最优的解决方案并表达出来。	4	(1) 了解思维与口才相辅相成关系; (2) 了解思维的基本模式与特点; (3) 理解和掌握思维优化基本方法。	能 否 进 行 头 脑 风 暴、台 上 展 示
5	8	4	态 势 语 训 练	(1) 能够在交际过程中展现出适宜的、自然的表情和神态, 规范适度的体态和得体美观的穿着打扮。	5	(1) 了解态势语的作用与基本类型; (2) 理解和掌握表情语、身姿语、服饰语的使用常识与技巧。	展 示 规 范 的 态 势 语
6	8	2	听 话 训 练	(1) 能够认真倾听别人的话语, 对所听到的内容进行接收、筛选、记忆、辨析和理解等; (2) 掌握对方话语中的核心重要内容。	6	(1) 了解听话能力与口语运用关系; (2) 理解和掌握听话能力。	能 否 进 行 听 话 训 练 并 展 示 其 成 果

7	9	4	诵读训练	(1) 能够感受诗文的丰富内涵, 对诗文的朗诵进行准确适度的处理, 让听者也能感受到诗文的真正内涵。	7	(1) 理解朗读与朗诵、朗诵与演讲的异同; (2) 理解和掌握朗诵的语调、停顿、重音等技巧。	诗文朗诵效果
8	9	4	演讲训练	(1) 能够对事或物进行生动形象的描述; (2) 能够对所持观点进行准确到位的表达。	8	(1) 了解演讲的内涵与特点; (2) 理解和掌握演讲稿的撰写方法; (3) 理解和掌握演讲的基本技巧。	演说视频观后感; 演讲比赛效果
9	10	4	辩论训练	(1) 能够对辩题进行准确的分析和把握; (2) 能流畅地表达自己的观点, 做到有理有据。	9	(1) 了解辩论的特点; (2) 了解辩论赛的组织与实施方法; (3) 理解和掌握辩论的形式与运用方法。	辩论赛效果
10	10	2	沟通训练	(1) 能够在日常生活中进行流畅的口语交际; (2) 能够与他人进行良好的沟通互动。	10	(1) 了解双向交流类口才基本类型; (2) 理解和掌握交际语言的特点与运用方法。	课堂游戏情况
11	10	2	求职面试指导训练	(1) 能够自信大方地展示自己; (2) 能够流利地回答面试官的问题, 做到礼仪得体。	11	(1) 了解求职面谈的基本流程; (2) 理解和掌握求职文件制作方法; (3) 理解和掌握面	模拟求职情况

						试问题回答技巧； (4) 理解和掌握面试礼仪。	
--	--	--	--	--	--	----------------------------	--

(四) 第一次课设计梗概

1. 自我介绍，通告通信方式。介绍该课程性质、学习目标、考核要求；后续课程与该课程的关系。(5 分钟)

2. 播放一段《超级演说家》小视频调动学生兴趣，吸引学生注意力，然后进行提问，例如：你怎么做演讲，怎么进行口才训练，找工作或者创业与该门课程之间的关系。(10 分钟)

4. 介绍演讲与口才的基本概要和历史。(5 分钟)

5. 学生上台自我介绍。(17 分钟)

6. 点评和课程回顾。(3 分钟)

四、教学组织形式

1. 教师讲授法。教师通过讲授的方式将课程设计的理论和原理传授给学生。

2. 案例教学法。在讲授的过程中嵌入相应的案例进行教学。

3. 参与互动法。学生在给定辩题的基础上进行辩论赛，增加课堂趣味性和提高学生参与度。

4. 分组讨论法。学生通过分组讨论、头脑风暴等方式开发自己思维，从而产生更多新鲜有趣的想法。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
*过程考核	上课表现	是否积极回答问题	回答问题	10
	出勤情况	到课率	点名	10
	分析能力	准确度	回答	15
	作业完成	每一次任务完成情况	检查	15
	课内实践	实践成果	展示情况	20
结果考核	个人报告	完成情况和质量	评比	30

六、教材的选用

(一) 教材或讲义编写建议

推荐教材:

苏炳琴, 曹丽娟, 郭军帅《演讲与口才实训教程》, 中国商业出版社, 2010 年

参考资料:

1. 钱奇佳《口才与演讲》, 安徽大学出版社, 2012 年 8 月
2. 孙兴民《普通话教程》北京: 中国传媒大学出版社, 2013 年
3. 李文国, 董乃群《演讲与口才实训教程》, 北京: 北京交通大学出版社, 2010 年
4. 王芳《新编实用口才能力训练》, 西安: 西安电子科技大学出版社, 2015 年
5. 廖超慧《演讲与口才》武汉: 华中科技大学出版社, 2011 年 3 月
6. 孙海燕, 刘伯奎《口才训练十五讲》, 北京: 北京大学出版社 2015 年
7. 陆建华《演讲与口才实训》, 北京: 中国传媒大学出版社 2011

《演讲与口才》授课计划表

2017- 2018 学年第 一 学期

任课教师	简淑媚				任教课程	演讲与口才			
任课班级					采用教材				参考书名称与作者
					名称		作者、出版社		
微商经理人班					《演讲与口才实训教程》		苏炳琴, 曹丽娟, 郭军帅, 中国商业出版社		钱奇佳《口才与演讲》
本课	已授	尚余	本学	本课	本学期课时分配				课程考核方式设想:
					总	其中			

程 总 学 时	学 时	学 时	期 教 学 周	程 周 课 时	课 时	课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排	机 动	形成性考核占 70% 终结性考核占 30%
32	32	0	4	8	32	16	0	16	0	0	0	

1、本课程教学目标：

综合目标：

通过本课程的教学，可以使学生认识演讲与口才的基本原理、熟悉其中的技巧，具备良好的演讲与口才能力，能分析和解决企业实际问题的方法，同时培养学生具有良好的职业道德素质，有优雅得体的气质与风度，有强烈的事业心，有坚持原则、爱岗敬业的精神，能够具备与人合作的团队精神，为学生毕业后成功地走入社会参加企业经营管理实践打下坚实的基础。

(1) 加强学生的语言素质，使学生了解并掌握各种提高表述与交流能力的方法与技巧，加强其普通话的标准度，提高其朗读、演讲的水平，强化在日常生活和交际中的交谈和论辩能力，为学生的口才训练打下坚实的基础，使其形成自己特有的口才风格。

(2) 通过该门课程提高学生的心理素质，培养学生对口才交际成功的渴求与自信心理，加强其对抗失败的承受和防范心理，不因失败而妥协、放弃训练，使其优化自身心理素质。

(3) 培养学生的思维素质，加深学生对问题思考的宽度与深度，帮助学生发散思维，增强交流应对的反应度与准确性，能做到举一反三，培养学生换位思考的能力，以及综合多种角度思考问题的能力。

能力目标：

(1) 能够克服心理障碍到讲台上进行自我介绍；

(2) 能够说出标准流利的普通话；

(3) 能够克服心理障碍，在口才训练中做到自信、大方沉着和稳定，不因害怕失败而错失表现机会，有渴望成功的欲望；

(4) 能够对各种问题进行多方位思路、发散思维，从而寻求最优的解决方案并表达出来；

(5) 能够在交际过程中展现出适宜的、自然的表情和神态，规范适度的体态和

得体美观的穿着打扮；

(6) 能够认真倾听别人的话语，对所听到的内容进行接收、筛选、记忆、辨析和理解等，掌握对方话语中的核心重要内容；

(7) 能够感受诗文的丰富内涵，对诗文的朗诵进行准确适度的处理，让听者也能感受到诗文的真正内涵；

(8) 能够对事或物进行生动形象的描述，能够对所持观点进行准确到位的表达；

(9) 能够对辩题进行准确的分析和把握，能流畅地表达自己的观点，做到有理有据；

(10) 能够在日常生活中进行流畅的口语交际，与他人进行良好的沟通互动；

(11) 能够自信大方地展示自己，能够流利地回答面试官的问题，做到礼仪得体。

知识目标：

(1) 理解和掌握普通话声母、韵母难点音的发音方法与技巧；

(2) 熟悉和掌握朗诵的语调、停顿、重音等技巧；

(3) 理解和掌握心理障碍的克服方法与训练方法；

(4) 了解思维优化训练的基本方法；

(5) 理解并掌握态势语的使用常识与技巧；

(6) 了解听话的技巧和要点；

(7) 掌握朗诵的原理、方法和技巧；

(9) 理解和掌握演讲、辩论的基本技巧和注意事项；

(9) 认识和掌握沟通交际语言的特点与运用方法；

(10) 了解求职面谈时注意的要点、方法和技巧。

2、教学用具：

(1) 授课用具：多媒体、电脑、麦克风；

(2) 学生用具：电脑。

3、课程考核方式和考核标准：

70 %过程性考核成绩, 30 %终结性考核成绩。

过程考核主要依据出勤情况、上课表现、案例分析能力、作业完成质量、实践参与程度；

终结性考核依据最终各位同学提交的模拟商务谈判进行最终评定。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
7	绪论 (1) 了解课程的意义、学习训练方法、考核要求。 (2) 了解演讲与口才艺术的历史。 (3) 理解演讲与口才和专业的联系。 (4) 理解演讲与口才与创新创业的重要性对	2				能力目标： (1) 培养学生对课程学习的兴趣与积极性； (2) 能够克服心理障碍到讲台上进行自我介绍。 训练方式及步骤： 教师讲授，在讲授后邀请学生上台进行自我介绍。	学生自我介绍
7	普通话语音训练 (1) 了解普通话语音的概况； (2) 理解和掌握普通话声母、韵母难点音的发音方法与技巧。	1		1		能力目标： (1) 能够说准确流利的普通话； (2) 能够运用准确的语音语调表达。 训练方式及步骤： 教师讲授，学生进行普通话训练并测试。	分组进行普通话水平测试

7	口才心理素质训练 (1) 了解口才运用中心心理障碍的基本类型。 (2) 理解和掌握心理障碍的克服方法与训练方法。	1	1	1	能力目标: (1) 能够克服心理障碍,在口才训练中做到自信、大方沉着和稳定,不因害怕失败而错失表现机会,有渴望成功的欲望。 训练方式及步骤: 教师讲授重要知识点,学生表达自己所用过有效的克服心理障碍的方法。	介绍自己认为有效的克服心理障碍的方法
7-8	口才思维训练 (1) 了解思维与口才相辅相成关系; (2) 了解思维的基本模式与特点; (3) 理解和掌握思维优化基本方法。	2	2	2	能力目标: (1) 能够对各种问题进行多方位思路、发散思维,从而寻求最优的解决方案并表达出来。 训练方式及步骤: 教师讲授; 给定几个问题,让学生分组进行头脑风暴,寻求最优解决方案,到台上展示。	头脑风暴、台上展示
8	态势语训练 (1) 了解态势语的作用与基本类型; (2) 理解和掌握表情语、身姿语、服饰语的使用常识与技巧。	2	2	2	能力目标: (1) 能够在交际过程中展现出适宜的、自然的表情和神态,规范适度的体态和得体美观的穿着打扮。 训练方式及步骤: 在教师讲授理论知识的基础上,请学生上台展示正确的礼仪礼节,让学生真实感受大方得体的态势语,台下的同学提出建议和意见。	学生上台展示规范的态势语
8	听话训练 (1) 了解听话能力与口语运用关系;	1	1	1	能力目标: (1) 能够认真倾听别人的话语,对所听到的内容进行接收、筛选、记忆、辨析和	进行听话训练并展示其成果

	(2) 理解和掌握听话能力。				理解等; (2) 掌握对方话语中的核心重要内容。 训练方式及步骤: 教师讲授; 学生将学到的知识和技巧进行应用, 将老师播放的一段话的重要信息写下来, 展示。	
9	诵读训练 (1) 理解朗读与朗诵、朗诵与演讲的异同; (2) 理解和掌握朗诵的语调、停顿、重音等技巧。	2		2	能力目标: (1) 能够感受诗文的丰富内涵, 对诗文的朗诵进行准确适度的处理, 让听者也能感受到诗文的真正内涵。 训练方式及步骤: 在教师讲授理论知识点的基础上, 学生选择自己喜欢的诗文进行训练并且在班级面前展示。	诗文朗诵会
9	演讲训练 (1) 了解演讲的内涵与特点; (2) 理解和掌握演讲稿的撰写方法; (3) 理解和掌握演讲的基本技巧。	1		3	能力目标: (1) 能够对事或物进行生动形象的描述; (2) 能够对所持观点进行准确到位的表达。 训练方式及步骤: 教师讲授重点内容; 教师播放《超级演说家》相关视频, 让学生点评; 学生选择自己喜欢的事物进行演讲。	演说视频观后感; 演讲比赛
10	辩论训练 (1) 了解辩论的特点; (2) 了解辩论赛的组织与实施方法; (3) 理解和掌握辩论的形式	2		2	能力目标: (1) 能够对辩题进行准确的分析和把握; (2) 能流畅地表达自己的观点, 做到有理有据。	辩论赛

	与运用方法。				训练方式及步骤： 教师讲授重点内容； 教师给定辩题，学生 分组根据辩题制定 辩论方案和整理自 己的理论依据，进行 辩论赛。	
10	沟通训练 (1) 了解双向交流类口才基本类型； (2) 理解和掌握交际语言的特点与运用方法。	1		1	能力目标： (1) 能够在日常生活中进行流畅的口语交际； (2) 能够与他人进行良好的沟通互动。 训练方式及步骤： 在教师讲授理论知识点的基础上，穿插“站队传话”、“你比我猜”等小游戏，让学生理解沟通的重要性，以及除了语言沟通还有表情、姿势等的沟通。 抽学生讲述符合他自己需求的激励方式和方法。	课堂游戏
10	求职面谈指导训练 (1) 了解求职面谈的基本流程； (2) 理解和掌握求职文件制作方法； (3) 理解和掌握面试问题回答技巧； (4) 理解和掌握面试礼仪。	1		1	能力目标： (1) 能够自信大方地展示自己；(2) 能够流利地回答面试官的问题，做到礼仪得体。 训练方式及步骤： 教师讲授内容要点，学生根据要点进行模拟求职。	模拟求职
合计		16		16		

院负责人：

教研室主任：

任课教师：

《微信营销实战》课程标准

一、基本信息

课程名称：微营销实战 学 分：2

课程代码： 学 时：32

先修课程：证券投资、财务管理、企业管理

后续课程：毕业设计、毕业顶岗实习

适用专业：金融与证券、工商企业管理、会计电算化、会计电算化（注册会计师）

编制人：占乐群

审核人：陈飞飞

制订时间：2017年08月17日

二、课程性质

《微营销实战》是经济管理类专业的分方向专业技术课，也是一门理论与实际操作紧密结合、知识与技能并重的课程。本课程的教学在于使学生在掌握营销基本理论和基本知识的基础上，熟悉微营销工作的具体流程和主要内容，即以移动互联网为主要沟通平台，配合传统网络媒体和大众媒体，通过有策略、可管理、持续性的线上线下沟通，建立、转化、强化顾客关系，实现客户价值的一系列过程。

三、设计思路

通过微营销实战课程的教学使学生了解企业在微营销的实践中会涉及哪些专业知识，以增强学生的感性认识，再进行理论知识讲解。在学生掌握相应的理论知识后，再运用所学微营销实战技能去分析企业的运用情况，以进一步巩固和提高所学知识；在此基础上进行相应微营销实践训练，以培养学生分析问题和解决问题的能力，使学生为日后成为企业微营销领域的相关工作人员作好相应知识、技能方面的储备。

四、课程目标

1. 总体目标

本课程的教学以培养实用型、技术型人才为出发点，瞄准企业微营销领域岗

位群的实际需要，以职业能力训练为基础，坚持营销基础理论“必需、够用”，理论和实践紧密结合，采用多种教学方法与手段，多给学生实践和参与的机会，提高学生实际动手能力和处理实际问题的综合素质。培养和提高学生正确分析和解决微营销相关问题的实践能力，以使學生能够较好地满足微营销相关职业岗位的技能需要，将学生培养成为适应社会真正需要的应用型微营销高级人才。

2. 具体目标

要求学生通过该课程学习，在能够掌握微营销基本理论与研究方法的基础上，能够与企业相关实际工作的具体实践相结合，树立现代的移动互联网微营销理念；掌握企业微营销基本策略的实施流程和具体步骤；能够通过定位策略、内容策略、互动策略等相关策略的合理运用，系统运营企业微博；能够成功打造微博自媒体；掌握新品上市不同阶段的微博营销技巧；能够全面构建微信营销系统；掌握微营销多元化发展背景下各个新模式的特点。

2.1 知识目标

- ①树立现代的移动互联网微营销理念；
- ②熟悉企业微营销的基本实施流程和步骤；
- ③掌握系统运营企业微博的五大策略模型；
- ④了解微博自媒体对企业各部门的协助作用；
- ⑤掌握新品上市各个阶段的微博引爆策略；
- ⑥掌握微信营销工作的核心与本质；

2.2 能力目标

- ①熟悉企业微营销的主要工作流程；
- ②能够灵活运用移动互联网微营销的基本策略；
- ③能够通过定位策略、内容策略、互动策略等相关策略的合理运用，系统运营企业微博；
- ④能够成功打造微博自媒体，协助企业各个部门的工作；
- ⑤掌握新品上市不同阶段的微博引爆技巧；
- ⑥能够科学实施微信营销的八个主要步骤；

2.3 素质目标

- ①培养学生团队合作的基本能力；
- ②培养学生基本的职业素养认识；
- ③具备适时创新和创造性的能力；
- ④具备发现、思考、解决问题的积极心态。

五、 课程内容与要求

序号	教学任务	课程内容及教学要求	教学设计	参考学时
1	任务 1. 认识微营销	教学内容： 1. 掌握微营销相关的基本概念 2. 树立现代的微营销意识 3. 掌握企业微营销的基本流程与主要内容	以常见的企业微营销活动引入，通过相关业务的具体分析让学生掌握微营销相关的基本概念	4
2	任务 2. 个人微信的互动营销策略	教学内容： 1. 掌握个人微信的定位 2. 掌握微信互动营销的 6 个工具	①以经典案例分析引入，让学生了解移动互联网微营销对企业的重要作用 ②采用情景模拟与案例讨论的形式，让学生掌握移动互联网微营销十大基本策略的运用	8
3	任务 3. 朋友圈公众平台的营销智慧	教学内容： 朋友圈是什么？ 朋友圈的营销布局 朋友圈的营销智慧 朋友圈的八大禁忌	①结合生活体验与案例材料，让学生讨论微信的实际作用 ②通过具体案例学习朋友圈的打造	8
4	任务 4. 如何做一个优雅的刷屏党	教学内容： 1. 如何刷屏 2. 软文如何 3. 如何做精细化营销	①通过案例讨论与生活经验分享，让学生理解微信营销的本质	8
5	小组项目成果展示			4
	总课时			32

六、 实施建议

6.1 教材选用和编写建议

教材要在课程标准的统一要求下，实行多样化。由于微营销实战属于较新的课程分支，目前市场上相应的高职高专教材暂缺，故本课程选用谭贤主编的《全微时代：微营销实战攻略》（第 1 版）一书作为主要教学参考。

6.2 教学建议

本课程教学设计以工学结合为切入点，以学生就业为导向，以企业微营销实务所涉及的业务流程为主线，采用在课程开始授课之前，各授课班级分别分成若干学习小组，培养学生具备企业微营销相关岗位群的基本职业能力。主要教学模式为案例教学、社会实践。通过了解实践、联系实践、亲身实践等方式与手段，提高学生的素质和能力。

6.3 教学考核评价建议

学生成绩构成为：

平时成绩 5%+实训成绩 5%=100%

平时成绩包括：出勤、课堂发言、讨论、作业；

实训成绩包括：方案设计、调研报告、PPT 演示；

6.4 关网站

- (1) 中国营销传播网：<http://www.emkt.com.cn/>
- (2) 中国市场营销网：<http://www.ecm.com.cn>
- (3) 第一营销网：<http://www.cmmo.cn/>
- (4) 浙江电子商务网：<http://www.100ec.cn/zt/zhejiang/>
- (5) 品牌中国网：<http://www.brandcn.com/>

6.5 他说明

本课程仍需继续发展和完善中。

《微营销实战》授课计划表

2017 / 2018 学年第 一 学期

任课教师	占乐群				任教课程	微营销实战			
任课班级					采用教材				参考书名称与作者
					名称		作者、出版社		
微信创业经理人班					《全微时代:微营销实战攻略》(第1版)		谭贤、中国铁道出版社		
本课	已授	尚余	本学	本课	本学期课时分配				
					总	其中			

程总学时	学时	学时	期教学周	程周课时	课时	课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排	机动
32	0	32	4	8	32			32			

本课程教学目标：

1. 总体目标

本课程的教学以培养实用型、技术型人才为出发点，瞄准企业微营销领域岗位群的实际需要，以职业能力训练为基础，坚持营销基础理论“必需、够用”，理论和实践紧密结合，采用多种教学方法与手段，多给学生实践和参与的机会，提高学生实际动手能力和处理实际问题的综合素质。培养和提高学生正确分析和解决微营销相关问题的实践能力，以使能够较好地满足微营销相关职业岗位的技能需要，将学生培养成为适应社会真正需要的应用型微营销高级人才。

2. 具体目标

要求学生通过该课程学习,在能够掌握微营销基本理论与研究方法的基础上,能够与企业相关实际工作的具体实践相结合,树立现代的移动互联网微营销理念;掌握企业微营销基本策略的实施流程和具体步骤;能够通过定位策略、内容策略、互动策略等相关策略的合理运用,系统运营企业微博;能够成功打造微博自媒体;掌握新品上市不同阶段的微博营销技巧;能够全面构建微信营销系统;掌握微营销多元化发展背景下各个新模式的特点。

2.1 知识目标

- ①树立现代的移动互联网微营销理念;
- ②熟悉企业微营销的基本实施流程和步骤;
- ③掌握系统运营企业微博的五大策略模型;
- ④了解微博自媒体对企业各部门的协助作用;
- ⑤掌握新品上市各个阶段的微博引爆策略;
- ⑥掌握微信营销工作的核心与本质;

2.2 能力目标

- ①熟悉企业微营销的主要工作流程;
- ②能够灵活运用移动互联网微营销的基本策略;

③能够通过定位策略、内容策略、互动策略等相关策略的合理运用，系统运营企业微博；

④能够成功打造微博自媒体，协助企业各个部门的工作；

⑤掌握新品上市不同阶段的微博引爆技巧；

⑥能够科学实施微信营销的八个主要步骤；

2.3 素质目标

①培养学生团队合作的基本能力；

②培养学生基本的职业素养认识；

③具备适时创新和创造性的能力；

④具备发现、思考、解决问题的积极心态。

本课程考核方式：

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	上课考勤	按时上课，迟到、早退三次算作一次旷课，旷课一次扣除3分，课程中有4次旷课，取消考勤成绩	点名	20
	学习态度	1、桌椅摆放以及桌面整洁度（每张凳子没有摆放整齐扣2分，每张桌子没有收拾好扣2分） 2、实训氛围状态	记录	20
	名片背景设计	主题 创新意识 是否简洁 颜色搭配	评比	20
结果考核	课程总结	每个学生在这次实训进行总结，根据大家上交的总结进行打分，从工作流程、体会和缺点几个方面进行打分	考查	20
	朋友圈发布	上完课后，每个学生把一周内发的朋友圈提交上检查，按照成果集的完整度、整齐度和新颖性进	考查	20

		行打分。		
合 计				100

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
4	什么事微信营销			2		微营销的概念与核心	
4				2		让所有学生熟记	
4、5	个人微信营销定位			8		1. 个人微营销要素； 2. 6 个工具。	设计个人名片，背景墙
5、6	微信公众平台的智慧			8		如何利用公众平台来营销	建立鱼塘养鱼
6、7	优雅刷屏			8		朋友圈的发布原则 朋友圈内容布局	发 8 条朋友圈
7	学习总结			4		学习总结	学生总结与展示。

学院负责人：王媚莎

教研室主任：陈飞飞

任课教师：占乐群

《商务谈判》课程标准

一、课程基本信息

课程名称：商务谈判	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用专业：各专业	编 制 人：陈飞飞
审 核 人：陈飞飞	制 订 时 间：2017 年 2 月 14 日

二、课程性质

《商务谈判》是创新创业先锋班微商创业经理人班的必修课。本课程是为了满足社会对于高职高专学生学习商务谈判的基本理论和技能的需要而开设。通过本课程的学习，可以提高学生的谈判能力，逐步形成良好的气质、风度和涵养，并且体现较高的综合素质，步入社会后能表现出良好的精神风貌、礼仪行为、逻辑思维和谈吐能力。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1、能力目标：

总体目标：能够运用商务谈判的基本知识，在学生即将步入工作时，较为自然和娴熟的进行商务交往与谈判，并逐步形成良好的气质、风度涵养、逻辑思维和谈吐能力，体现较高的综合素质。

具体目标：

（1）能够在商务活动中做到仪容整洁、举止规范、服饰得体、体态优雅、交际礼貌，能够善用电话交际和演讲交际。

（2）能够为商务谈判收集相关情报信息并能够切实地确定商务谈判的目标。

（3）能够在商务活动中正确的使用语言礼仪，善用语言的交际艺术，而且能娴熟灵活地运用各种商务谈判技巧，并实际运用到商务谈判中去。

（4）能够在商务谈判中对谈判对方当事人的心理进行正确的分析而且具备成功谈判者的心理素质。

（5）能够按照商务礼仪的规范要求对商务谈判人员进行选拔和应聘。

(6) 能够按照商务礼仪的规范要求和商务谈判的原则要求, 进行商务谈判的开局、报价、磋商, 并能订立书面的协议。

2、知识目标:

总体目标: 掌握商务谈判的基本知识, 在学生即将步入工作时, 为正确的待人接物和商务谈判做良好的理论指导。

(1) 了解商务礼仪形象设计的原则, 掌握仪容、举止、仪表服饰、体态语言的礼仪要求; 了解商务语言交际的艺术、方式、技巧、禁忌, 了解交际中的文化差异, 掌握电话交际和演讲交际的礼仪要求。

(2) 掌握谈判信息收集的方法并理解商务谈判目标的层次。

(3) 掌握商务谈判的各种策略技巧, 重要的语言交际方式, 了解语言交际礼仪的禁忌及商务谈判障碍排除的方法。

(4) 了解商务谈判的动机以及成功谈判者应具备的心理素质, 掌握谈判心理分析的方

(5) 了解对商务谈判人员进行选拔的方式及商务谈判团体的构成, 理解应聘准备工作的内容, 掌握面试和笔试的礼仪要求, 求职信函的写作要求以及应打求职电话的技巧。

(6) 理解会面礼仪(迎送、称谓、介绍、握手与致意、名片使用、)的基本功能和商务人员日常交往礼仪的理论知识, 掌握各类商务信函的书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节, 各种涉外商务活动的礼仪要点以及商务谈判各阶段的技巧与要点。

3. 素质目标:

(1) 具备商务谈判团队合作的素质。

(2) 培养对外沟通交流、协商的素质。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计

序号	项目(模块)名称	学时
1	商务谈判准备阶段的礼仪与能力训练	4
2	商务谈判技巧能力与礼仪训练	10
3	商务谈判组织阶段的礼仪与能力训练	6
4	模拟商务谈判过程	12

	合计	32
--	----	----

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1.1	基本商务礼仪	2	（1）能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装，做到仪容整洁、举止规范；（2）能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装做到服饰得体；（3）能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求做到体态优雅。	（1）仪容举止礼仪：①仪容②举止； （2）商务着装服饰礼仪规范； （3）各种体态表达的方式和种类； （4）正确的体态礼仪。	（1）从学生朗读课后案例入手（2）提出问题（3）根据问题讲解商务人员的形象设计的原则和仪容、举止礼仪（4）要求学生回答商务人员应该如何进行仪容、举止礼仪的运用，以及错误的仪容举止有哪些和其重要性。（5）学生示范	学生上台演示，仪态的图片、视频。
1.2	商务谈判的准备	2	（1）能够为商务谈判收集相关情报信息；（2）能够切实地确定商务谈判的目标。	（1）掌握谈判信息收集的方法；（2）理解商务谈判目标的层次。	（1）教师提供案例供学生讨论；（2）学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；（3）分组陈述，交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
2.1	商务谈判的策略	2	能够灵活运用谈判策略进行谈判。	（1）掌握商务谈判的目标与策略；（2）掌握商务谈判的程序与策略。	（1）教师提供案例供学生讨论；（2）学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；（3）分组	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。

	略				陈述，交叉打分。	
2.2	商务谈判的沟通技巧训练	2	(1) 能够与不同类型的企业进行沟通；(2) 能够与不同国籍的商人进行沟通。	(1) 掌握与不同类型企业进行沟通的技巧； (2) 掌握与外商沟通的技巧。	(1) 教师提供案例供学生讨论；(2) 学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；(3) 分组陈述，交叉打分。	学生分组讨论结果记录在作业纸上。
2.3	商务谈判语言交流的礼仪与能力训练	2	(1) 能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种语言技巧；(2) 能够善用语言的交际艺术，适时运用有声语言或附语言及交际技巧。	(1) 掌握商务谈判的各种语言技巧；(2) 理解语言交际礼仪的重要性；(3) 了解语言交际艺术三要素；(4) 掌握语言交际方式有哪些。	(1) 从一则有关于语言闹出的笑话入手(2) 提出问题请学生思考(3) 讲解语言交际的相关内容(4) 在讲解完交际礼仪的内容后，请学生回答思考题；(5) 教师提供案例供学生讨论；(6) 学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论。	学生完成案例分析和课堂问答，分组讨论结果记录在作业纸上。
2.4	商务谈判的价格技巧训练	2	能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种价格技巧。	掌握商务谈判的各种价格技巧。	(1) 教师提供案例供学生讨论；(2) 学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；(3) 分组陈述，交叉打分。	学生分组讨论结果记录在作业纸上。
2.5	商务谈判	2	(1) 能够运用语言工具与他人有效沟通，避免语言禁忌；能够根据文	(1) 了解语言交际中的文化差异(2) 掌握语言交际的规	(1) 从一则有关于语言闹出的笑话入手(2) 提出问题请学	学生完成案例分析和课堂问

	障碍排除的礼仪与能力训练		化差异善用语言交际礼仪；(2)能够利用商务谈判障碍排除的方法在商务谈判里排除障碍；(3)能够在商务谈判中合理处理反对意见；(4)能够在商务谈判中掌控谈判的气氛。	则和技巧 (3)掌握语言交际的禁忌； (4)理解商务谈判障碍排除的方法；(5)掌握在商务谈判中对反对意见处理的方法； (6)掌握在商务谈判中谈判气氛控制的方法。	生思考(3)讲解语言交际的相关内容(4)在讲解完交际礼仪的内容后,请学生回答思考题。(5)学生示范	答,分组把讨论结果记录在作业纸上。
3.1	商务谈判的心理分析	2	(1)能够对谈判对方当事人的心理进行正确的分析；(2)能够在商务谈判中具备成功谈判者的心理素质。	(1)了解商务谈判的动机； (2)掌握谈判心理分析的方法；(3)了解成功谈判者应具备的心理素质。	(1)教师提供案例供学生讨论；(2)学生分组角色扮演,讨论案例并得出结论；(3)分组陈述,交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
3.2	商务谈判人员的应聘与选拔	4	(1)能够在求职过程中做好准备工作,能够撰写符合应聘岗位要求的求职信、有技巧的拨打求职电话、面试和笔试；(3)能够对商务谈判人员进行选拔；(4)能够对商务谈判人员进行合理的组织。	(1)应聘准备工作 (2)面试礼仪 (3)求职信函、求职电话和笔试礼仪 (4)了解对商务谈判人员进行选拔的方式； (5)了解对商务谈判团体的构成。	(1)引入两则面试结果相反的案例(成功和失败),请学生思考原因(2)介绍应聘与选拔应掌握的技巧和礼仪(3)请学生回答案例问题(4)第三则案例揭示当今社会用人单位最看重的几种素质(5)学生示范	学生能做好准备工作,熟练掌握和运用应聘礼仪和技巧,学生上台模拟应聘
4.1	模拟商务谈判	4	(1)能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行开局；(2)能在商务活动中根据礼仪基本程序正确	(1)了解商务谈判里开局的重要性；(2)理解称谓礼仪和介绍礼仪的基本功能,掌握基	(1)展示一则业务员洽谈订单却失败的例子(2)提出问题,让学生思考(3)进而引出	会面礼仪的相关内容及注意的问题,学生上

	的 开局		运用称谓和介绍礼仪；(3)能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用握手和致意礼仪、名片使用礼仪；(4)能够运用商务迎送、会见、洽谈、宴请及陪同礼仪的规范和要求。	本程序和基本原则；(3)理解握手和致意礼仪以及名片使用礼仪的基本功能，掌握基本程序和基本原则；(4)掌握涉外迎送、会见、洽谈的礼仪操作要点。	“商务会面四要素”，详细讲解会面礼仪的称谓礼仪和介绍礼仪(4)学生示范；(5)让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的开局。	台演示称谓、介绍的礼仪，模拟商务谈判的开局。
4.2	模拟商务谈判的报价	2	(1)能够掌握书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节；(2)能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行合理有利的报价。	(1)掌握各类商务信函、致词、电邮以及涉外商务信函的书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节；(2)了解报价的原则；(3)掌握报价的形式。	(1)展示几种正规的商务文书。以实物来讲解商务文书的规范格式和结构以及需要注意的问题(2)案例分析(3)学生示范(4)让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的报价。	学生展示自己所写的商务文书，并让别的学生评分，模拟商务谈判的报价，做书面形式的报价。
4.3	模拟商务谈判的磋商	4	(1)能够正确和自觉的按照礼仪规范的要求去举办各类商务活动：能够正确使用商务会议、商务洽谈礼仪；(2)能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行磋商。	(1)了解商务礼仪在日常商务活动中的发挥的重要作用(2)理解和掌握商务会议、商务洽谈中的礼仪规范和要求；(3)掌握商务谈判里磋商的技巧。	(1)介绍商务会议礼仪和商务洽谈礼仪(2)在介绍的基础上，分别给出两则案例(3)提出问题，让学生对比思考(4)讨论得出结果(5)让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的磋商	学生上台演示商务会议礼仪和商务洽谈礼仪的规范性，分组角色扮演，模拟磋商，上台演示。
4.4	模拟商务谈	2	(1)能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行达成最后的协议；(2)能够起草和	掌握书面协议的条款。	(1)学生分组拟定书面的协议；(2)分组派代表上台展示并做陈述；(3)	分组书写谈判之后达成的协议。

	判 协 议 达 成		订立书面协议。		提出问题, 让学生对比思考; (4) 讨论得出结果; (5) 考核打分。	
--	-----------------------	--	---------	--	---	--

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与 方法
1	1	2	基本商务礼仪	(1) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装, 做到仪容整洁、举止规范; (2) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装做到服饰得体; (3) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求做到体态优雅。	1.1	(1) 理解商务礼仪的内涵、主要功能; (2) 掌握基本特征和构成要素; (3) 了解商务人员形象设计遵守的原则; (4) 掌握商务人员仪容和举止礼仪要求; (5) 掌握商务人员仪表服饰礼仪要求; (6) 掌握商务人员仪表服饰礼仪规范; (7) 掌握各种体态表达的方式和种类; (8) 掌握不同体态表达的含义; (9) 掌握正确的体态礼仪。	学生上讲台演示, 仪态的图片、视频。
2	2	2	商务谈判准备	(1) 能够为商务谈判收集相关情报信息; (2) 能够切实地确定商务谈判的目标。	1.2	(1) 掌握谈判信息收集的方法; (2) 理解商务谈判目标的层次。	分组模拟上讲台演示
3	3	2	商务谈判策略	能够灵活运用谈判策略进行谈判	2.1	(1) 掌握商务谈判的目标与策略; (2) 掌握商务谈判的程序与策略。	案例分析, 分组讨论形成结论, 记录在作业纸上, 交叉考核打分
4	4	2	商务谈判	(1) 能够与不同类型的企业进行沟通; (2) 能够与不	2.2	(1) 掌握与不同类型的企业进行沟通的技	商务谈判的沟通技巧

			的沟通技巧训练	同国籍的商人进行沟通。		巧；(2)掌握与外商沟通的技巧。	分组模拟场景，上讲台演示
5	5	2	商务谈判语言交流的礼仪与能力训练	(1)能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种语言技巧；(2)能够善用语言的交际艺术，适时运用有声语言或附语言及交际技巧。	2.3	(1)掌握商务谈判的各种语言技巧；(2)理解语言交际礼仪的重要性；(3)了解语言交际艺术三要素；(4)掌握语言交际方式有哪些？	不同语言技巧的运用。分组讨论，模拟场景，上讲台演示。
6	6	2	商务谈判的价格技巧训练	能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种价格技巧	2.4	掌握商务谈判的各种价格技巧	不同价格技巧的运用。分组讨论，模拟场景，上讲台演示。
7	7	2	商务谈判障碍排除的礼仪与能力训练	(1)能够运用语言工具与他人有效沟通，避免语言禁忌；(2)能够根据文化差异善用语言交际礼仪；(3)能够利用商务谈判障碍排除的方法在商务谈判里排除障碍；(4)能够在商务谈判中合理处理反对意见；(5)能够在商务谈判中掌控谈判的气氛。	2.5	(1)了解语言交际中的文化差异；(2)掌握语言交际的规则和技巧；(3)掌握语言交际的禁忌；(4)理解商务谈判障碍排除的方法；(5)掌握在商务谈判中对反对意见处理的方法；(6)掌握在商务谈判中谈判气氛控制的方法。	分别阐述语言交际技巧和交际禁忌；区分商务语言交际的文化差异。采取课堂提问和课后作业方式考核
8	8	2	商务谈判的心理分析	(1)能够对谈判对方当事人的心理进行正确的分析；(2)能够在商务谈判中具备成功谈判者的心理素质。	3.1	(1)了解商务谈判的动机；(2)掌握谈判心理分析的方法；(3)了解成功谈判者应具备的心理素质。	情景模拟，角色扮演，分组演示，交叉打分考核。
9	9	2	商务谈判人员的选拔与组织	(1)能够对商务谈判人员进行选拔；(2)能够对商务谈判人员进行合理的组织。	3.2	(1)了解对商务谈判人员进行选拔的方式；(2)了解对商务谈判团体的构成。	案例分析，分组讨论，上讲台展示，各组交叉打分考核。
10	10	2	商务人员应聘	能够在求职过程中做好准备工作，能够撰写符合应聘岗位要求的求职信、有技巧	3.2	(1)理解应聘准备工作的内容 (2)掌握面试和笔试	应聘准备工作要求。求职信函与求

			礼仪的训练	的拨打求职电话、面试和笔试		的礼仪要求 (3)掌握求职信函的写作要求 (4)掌握应打求职电话的技巧	职电话。面试与笔试礼仪。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
11	11	2	商务谈判开局的基本礼仪	(1)能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用称谓和介绍礼仪;(2)能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用握手和致意礼仪、名片使用礼仪;(3)能够掌握涉外商务礼仪的原则和基本要求,并能运用商务迎送、会见、洽谈、宴请及陪同礼仪的规范和要求。	4.1	(1)了解称谓礼仪和介绍礼仪的基本概念、特征及必要性;(2)理解称谓礼仪和介绍礼仪的基本功能,掌握基本程序和基本原则;(3)了解握手与致意礼仪以及名片使用礼仪的基本概念、特征及必要性;(4)理解握手和致意礼仪以及名片使用礼仪的基本功能,掌握基本程序和基本原则;(5)了解涉外商务礼仪的原则;(6)掌握涉外商务礼仪的基本要求,;(7)掌握涉外迎送、会见、洽谈的礼仪操作要点;(8)初步掌握涉外商务宴请的组织安排、涉外陪同和参观礼仪。	掌握以下会面礼仪的要点:握手与致意礼仪、名片使用礼仪。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
12	12	2	模拟商务谈判的开局	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行开局。	4.1	了解商务谈判里开局的重要性。	案例分析,分组讨论,角色扮演,上讲台演示。
13	13	2	模拟商务谈判的报价	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行合理有利的报价。	4.2	(1)了解报价的原则;(2)掌握报价的形式。	案例分析,分组讨论,角色扮演,上讲台演示。
14	14	2	商务洽谈礼仪	能够正确和自觉的按照礼仪规范的要求去举办各类商务活动:能够正确使用商	4.3	(1)了解商务礼仪在日常商务活动中的发挥的重要作用(2)理	商务会议、商务洽谈中的礼仪规范

				务会议、商务洽谈礼仪。		解和掌握商务会议、商务洽谈中的礼仪规范和要求。	和要求。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
15	15	2	模拟商务谈判的磋商	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行磋商。	4.3	掌握商务谈判里磋商的技巧。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示，交叉打分考核。
16	16	2	商务谈判协议达成	(1) 能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行达成最后的协议；(2) 能够起草和订立书面协议。	4.4	掌握书面协议的条款。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示，交叉打分考核。

(四) 第一次课设计梗概

第一步：自我介绍和课程设置情况介绍。(5分钟)

第二步：告知学生本门课程的总体安排、教材处理，上课方式和明确教学目标——贯

穿项目完成后要达到的效果，告知学生考核方式。同时介绍本门课程在学生将来工作中的重要作用(10分钟)

第三步：介绍课程资源。对教材、参考书、补充资料、网站作简单介绍，说明对教材内容的调整思路，指定参考书目，发放补充资料。(10分钟)

第四步：讲授新课——商务礼仪的一般性知识介绍。

(1) 告知学生本次课的能力目标和知识目标

(2) 导入商务礼仪，使学生了解商务礼仪的起源与发展，掌握其基本特征和构成要素，并能用基本原则进行商务交往；了解其主要功能和学习的意义，使学生明确提高商务礼仪修养的必要性。(50分钟) 具体内容如下：

第五步：进行课程小结。(5分钟)

四、教学组织形式

根据本课程的设计思路,采取以任务的完成为目标的的教学组织形式,以任务发生的顺序展开教学过程,以教师的启发引导、讲解示范为辅,以学生自主思考和体验训练为主,融“教”“学”“做”为一体。

同时采用启发引导、情境模拟、角色扮演、案例分析教学方法。即以学生为主体,教师加以适当的引导,提高学生分析问题、解决问题的能力,提高学生的实践技能;按不同的任务要求,分别扮演不同的角色,以达到开发学生的创新能力,自信心的培养;将实际案例引入教材、教学体系中,每个重要知识点均与实际应用结合起来,并将现代商务谈判的技巧能力充分应用于社会实践中。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目	考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%	
过程考核	学习态度	是否积极	课堂提问	观察	5%
	上课考勤	出勤与否	日常考勤	考勤	5%
	平时测验	合格与否	随堂测验	测试	5%
	作业完成	完成情况	作业的完成度以及准确性	检查	10%
	课外实践	是否积极	下企业实习	检查	5%
结果考核	综合实训	完成情况	实训成果	考核	40%
	期末考试	百分制	作业	考查	30%
合 计				100	

六、教材的选用

(一) 教材或讲义编写建议

建议针对高职高专教学的特点,和城建学院教学体系的特色以实用性和应用性为主要驱动力,遵循“教学内容项目化,项目模块化,模块任务化”的教学改革理念:

1. 教学体系设计采用“项目化框架”:整体教学内容以项目分类,紧跟国际商务领域的发展趋势,选取企业最为常见和实用的商务活动类型作为教学体系项目。

2. 教学内容设计采用“模块化框架”:以模块为教学单元,选取企业不同类型的商务活动类型作为不同的教学内容模块。

3. 内容编排突出“任务驱动”：在每个模块里，以一个完整的商务活动为单元来安排教学任务，围绕任务的完成来展开教学内容的编写，体现“任务驱动”教学模式。

（二）推荐教材

《商务谈判与礼仪》，方明亮、刘华主编，科学出版社，2010年。

（三）教学参考资料

- 1、金正昆. 实用商务礼仪. 中国人民大学出版社. 2009
- 2、杨丽. 商务礼仪与职业形象. 大连理工大学出版社.
- 3、何浩然，杨丹妮. 中外礼仪. 东北财经大学出版社. 2006
- 4、周贺来，商务谈判实务，机械工业出版社，2010
- 5、白士强、勾昱，商务谈判，天津大学出版社，2010
- 4、商务人员形象设计的视频资料，正确的体姿和体态的视频资料
- 5、南航新空姐选拔大赛的视频资料
- 6、金正昆讲现代商务礼仪的视频资料
- 7、湖南铁道职业技术学院商务礼仪精品课程：
<http://218.75.196.218:90/ec2006/C33/Course/Index.htm>
- 8、浙江经贸职业技术学院商务礼仪精品课程：
http://jpkc.zjiet.edu.cn/sheng/2009/swly/wlkc_kcbz.html
- 9、安徽职业技术学院商务礼仪精品课程：
<http://220.178.34.248/ec2006/C10/kcms-2.htm>
- 10、天津对外经济贸易职业学院商务礼仪精品课程：
http://www.tifert.com/portal/yxjs/gjmyyx/jpkc/C170315index_1.htm
- 11、九江学院商学院商务谈判精品课程：
<http://www.jju.edu.cn/sxy/jjbsjpkc/swtp/zjjs.htm>
- 12、广东农工商职业技术学院商务谈判国家级精品课程
<http://211.66.88.9:8080/skills/solver/classView.do?classKey=21692>

七、主要教学资源要求

（一）教师要求

1. 教师要紧跟国际商务的发展趋势, 选取最为常见和使用的商务活动类型组为教学内容。

2. 教师要针对现代企业普遍重视企业文化建设, 重视员工形象塑造的趋势, 选取职业形象模块。

3. 教师自身要注重礼仪, 在日常生活中处处以身作则, 处处体现出商务礼仪对于我们的重要性。

(二) 学习场地、设施要求

多媒体教室, 可以放 ppt、视频和音频

(三) 课程资源的开发与利用

1、课程参考资源的开发和利用。开发并应用一些与商务礼仪相关的直观、形象的图片、视频(动画), 调动学生学习的积极性、主动性, 促进学生理解。

2、实践教学情景的开发与利用。本课程属于实践性较强的课程, 在各种商务场合中能够正确使用礼仪及具备商务谈判的能力是本课程的核心目标。因此利用商务谈判实训室营造一个真实或仿真的环境, 让学生在真实的环境中理解和熟悉, 掌握相关技能, 为学生毕业上岗做好铺垫。

《商务谈判》授课计划表

2016-2017 学年 第 2 学期

任课教师	陈飞飞				任教课程	商务谈判			
任课班级					采用教材				参考书名称 与作者
					名称		作者、出版社		
微商创业经理人班					商务谈判		方明亮 刘华 科学出版社		商务礼仪教程 金正昆
本 课	已 授	尚 余	本 学	本 课	本学期课时分配				课程考核方 式设想:
					总	其 中			

程 总 学 时	学 时	学 时	期 教 学 周 周	程 周 课 时	课 时	课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 习 实 训	单 元 测 验	参 观 见 习	其 他 安 排	机 动	30%过程考核成绩， 70%平时实训成绩， 0%期末考试成绩
32	0	32	1	32	32	16		16					

本课程教学目标：

一、教学目标

1、能力目标：

具体目标：

(1) 能够在外贸活动中做到仪容整洁、举止规范、服饰得体、体态优雅、交际礼貌，能够善用电话交际和演讲交际。

(2) 能够为商务谈判收集相关情报信息并能够切实地确定商务谈判的目标。

(3) 能够在外贸活动中正确的使用语言礼仪，善用语言的交际艺术，而且能娴熟灵活地运用各种商务谈判技巧，并实际运用到商务谈判中去。

(4) 能够在商务谈判中对谈判对方当事人的心理进行正确的分析而且具备成功谈判者的心理素质。

(5) 能够按照商务礼仪的规范要求对商务谈判人员进行选拔和应聘。

(6) 能够按照商务礼仪的规范要求和商务谈判的原则要求，进行商务谈判的开局、报价、磋商，并能订立书面的协议。

2、知识目标：

(1) 了解商务礼仪形象设计的原则，掌握仪容、举止、仪表服饰、体态语言的礼仪要求；了解商务语言交际的艺术、方式、技巧、禁忌，了解交际中的文化差异，掌握电话交际和演讲交际的礼仪要求。

(2) 掌握谈判信息收集的方法并理解商务谈判目标的层次。

(3) 掌握商务谈判的各种策略技巧，重要的语言交际方式，了解语言交际礼仪的禁忌及商务谈判障碍排除的方法。

(4) 了解商务谈判的动机以及成功谈判者应具备的心理素质，掌握谈判心理分析的方

(5) 了解对商务谈判人员进行选拔的方式及商务谈判团体的构成，理解应聘准备工

作的内容,掌握面试和笔试的礼仪要求,求职信函的写作要求以及应打求职电话的技巧。

(6) 理解会面礼仪(迎送、称谓、介绍、握手与致意、名片使用、)的基本功能和商务人员日常交往礼仪的理论知识,掌握各类商务信函的书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节,各种涉外商务活动的礼仪要点以及商务谈判各阶段的技巧与要点。

3. 素质目标:

- (1) 具备商务谈判团队合作的素质。
- (2) 培养对外沟通交流、协商的素质。

二、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
过程考核	学习态度	是否积极	课堂提问	观察	5%
	上课考勤	出勤与否	日常考勤	考勤	5%
	平时测验	合格与否	随堂测验	测试	5%
	作业完成	完成情况	作业的完成度以及准确性	检查	10%
	课外实践	是否积极	下企业实习	检查	5%
结果考核	综合实训	完成情况	实训成果	考核	40%
	期末考试	百分制	作业	考查	30%
合 计					100

备注: ①相同的教材、进度(周课时)和相同的层次,只编一个计划,如有不同,应另编计划; ②课程考核方式和考核标准表中用不上的项目请空着,不要删除; ③课程考核方式设想、教学用具、课程考核方式和考核标准中内容和数据均可从本课程课程标准中获取。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	基本商务礼仪	1	0	1	0	(1) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装,做到	学生上讲台演示,仪态的图片、视频。

						仪容整洁、举止规范； (2) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装做到服饰得体；(3) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求做到体态优雅。	
2	商务谈判准备	1	0	1	0	(1) 能够为商务谈判收集相关情报信息； (2) 能够切实地确定商务谈判的目标。	分组模拟 上讲台演示
3	商务谈判策略	1	0	1	0	能够灵活运用谈判策略进行谈判	案例分析, 分组讨论形成结论, 记录在作业纸上, 交叉考核打分
4	商务谈判的沟通技巧训练	1	0	1	0	(1) 能够与不同类型的企业进行沟通；(2) 能够与不同国籍的商人进行沟通。	商务谈判的沟通技巧 分组模拟场景, 上讲台演示
5	商务谈判语言交流的礼仪与能力训练	1	0	1	0	(1) 能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种语言技巧；(2) 能够善用语言的交际艺术, 适时运用有声语言或附语言及交际技巧。	不同语言技巧的运用。 分组讨论, 模拟场景, 上讲台演示。
6	商务谈判的价格技巧训练	1	0	1	0	能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种价格技巧	不同价格技巧的运用。 分组讨论, 模拟场景, 上讲台演示。
7	商务谈判障碍排除的礼仪与能力训练	1	0	1	0	(1) 能够运用语言工具与他人有效沟通, 避免语言禁忌；(2) 能够根据文化差异善用语言交际礼仪；(3) 能够利用商务谈判障碍排除的方法在商务谈判里排除障碍；(4) 能够	分别阐述语言交际技巧和交际禁忌； 区分商务语言交际的文化差异。采取课堂提问和课后作业方

						在商务谈判中合理处理反对意见；(5)能够在商务谈判中掌控谈判的气氛。	式考核
8	商务谈判的心理分析	1	0	1	0	(1)能够对谈判对方当事人的心理进行正确的分析；(2)能够在商务谈判中具备成功谈判者的心理素质。	情景模拟,角色扮演,分组演示,交叉打分考核。
9	商务谈判人员的选拔与组织	1	0	1	0	(1)能够对商务谈判人员进行选拔；(2)能够对商务谈判人员进行合理的组织。	案例分析,分组讨论,上讲台展示,各组交叉打分考核。
10	商务人员应聘礼仪的训练	1	0	1	0	能够在求职过程中做好准备工作,能够撰写符合应聘岗位要求的求职信、有技巧的拨打求职电话、面试和笔试	应聘准备工作要求。求职信函与求职电话。面试与笔试礼仪。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
11	商务谈判开局的基本礼仪	1	0	1	0	(1)能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用称谓和介绍礼仪；(2)能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用握手和致意礼仪、名片使用礼仪；(3)能够掌握涉外商务礼仪的原则和基本要求,并能运用商务迎送、会见、洽谈、宴请及陪同礼仪的规范和要求。	掌握以下会面礼仪的要点:握手与致意礼仪、名片使用礼仪。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
12	模拟商务谈判的开局	1	0	1	0	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行开局。	案例分析,分组讨论,角色扮演,上讲台演示。
13	模拟商务谈判的报价	1	0	1	0	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行合理有利的报价。	案例分析,分组讨论,角色扮演,上讲台演示。

14	商务洽谈礼仪	1	0	1	0	能够正确和自觉的按照礼仪规范的要求去举办各类商务活动：能够正确使用商务会议、商务洽谈礼仪。	商务会议、商务洽谈中的礼仪规范和要求。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
15	模拟商务谈判的磋商	1	0	1	0	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行磋商。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示，交叉打分考核。
16	商务谈判协议达成	1	0	1	0	(1) 能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行达成最后的协议；(2) 能够起草和订立书面协议。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示，交叉打分考核。
合计		16		32			

备注：“教学内容”中所含能力训练项目、“课时分配”、“能力目标”、“训练方式及步骤”均需大致与本课程的课程标准中“教学进度设计”表内的进度、学时数及内容相一致。

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

（二）咖啡经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《演讲与口才》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《职业经理人素养与实践实战》课程

一、基本信息

课程名称：职业经理人素养与实践实战	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用专业：	编制人：钟祥荣
审核人：	制订时间：2017 年 11 月 20 日

二、课程概述

《职业经理人素养与实践实战》课程是创新创业专业能力学习领域模块的必修课。课程结合社会需求、学生情况、市场环境，秉承高职教育“校企合作、工学结合”的人才培养思想和贯彻落实行动导向体系的教学思路。职业经理人属于人力资本范畴。作为职业经理人，必须具备较高的个人素质和较高的专业技能和管理才能，较强的敬业精神、创新意识、冒险精神和竞争的冲动，坚韧不拔、自信果断和强烈的事业心，能通过事物表面看出本质的洞察能力、决策能力、丰富的工作经验和深厚的理论功底，组织协调能力和知人善任的用人能力，在知识方面，职业经理人要具备硬知识、软知识和社会知识。这些都是促进一个人成为职业经理人的基本条件和重要保证。

通过《职业经理人素养与实践实战》课程学习，使学生明白职业经理人应具备的素养是什么以及如何塑这些素养；让学生实践历练如何具备职业经理人这一角色应有的懂经营善管理的能力。

三、教学目标

（一）设计思路

1、行动导向的学习目的。课程围绕具体企业的组建、经营建设、经营成果（财务分析）的经营任务进行构建，每个子任务以完成具体的任务为目标和开展技能训练。

2、情境化的学习背景。每个子任务的知识学习和技能训练设计在课程构建的模拟企业的情境中完成，知识学习的目的是为完成模拟企业的相关经营管理任务，技能训练在模拟企业的情境设计中完成，“教、学、做”一体化的教学方式。

3、思路设计和教学方法、素质培养紧密结合。学生分组的深入讨论和交流可

以提高学习效果，团队精神、合作沟通等社会能力和职业素质也在技能训练中得到塑造。

(二) 课程目标设计

1、能力目标：

通过学习本课程，学生具备现代企业的基本管理能力及其具备经营管理的基本思维能力。

具体包括：

项目一：企业组织设计

子项目 1：设计企业组织结构

具备设计企业组织结构的能力；

能够根据企业组织结构进行人员分工。

子项目 2：设计岗位（职务）工作说明书；

具备工作岗位的分析能力；

能够编写岗位工作说明书。

项目二：企业经营战略管理

子项目 3：制定企业业务发展战略；

具备公司的内外部环境的分析能力；

能够制定企业业务发展战略。

子项目 4：撰写企业战略规划纲要。

具备企业竞争战略分析能力；

能够撰写企业战略规划纲要。

项目三：企业人力资源管理

子项目 5：编制企业人力资源规划方案；

能够进行企业人员供求和需求预测；

能够管理人力资源的供需平衡；

能够编制企业人力资源规划方案。

子项目 6：制定人力资源招聘方案；

能够设计工作岗位的招聘流程；

能够制定人力资源招聘实施方案。

子项目 7：制定绩效考核方案。

能够针对各岗位性质采用合适的考核工具；

能够撰写绩效考核方案。

项目四：企业市场营销管理

子项目 8：设计企业目标市场策略；

能够对整体市场做出细分；

能够评估和选择目标市场；

能够进行目标市场定位。

子项目 9：设计企业营销组合策略。

能够分析目标市场策略；

能够设计企业市场营销组合策略。

子项目 10：编制企业年度销售计划

能够分析目标市场策略和市场营销组合策略；

能够编制企业年度销售计划。

项目五：企业生产运作管理

子项目 11：编制生产计划；

能够编制具体的生产计划；

能够编制物料需求计划。

子项目 12：实施生产管理。

能够运用科学的管理方法和手段实施生产管理；

能够制定生产现场活动检查文件。

项目六：企业财务分析

子项目 13：进行基本的财务分析；

能够分析企业财务报表；

能够财务指标计算并分析。

子项目 14：撰写简单的财务分析报告。

能够运用杜邦分析法计算；

能够撰写财务分析报告。

项目七：企业文化建设

子项目 15：确定企业经营理念；

能够定位企业的经营理念；

能够建设企业理念识别系统。

子项目 16：建设企业视觉识别、行为识别系统。

能够建设企业视觉识别系统；

能够建设企业行为识别系统。

2、知识目标

通过学习本课程，学生掌握现代企业管理的基本知识和前沿现代公司的管理，了解国内外企业经营管理发展概况以及企业经营管理的不同特色，为进入社会参加实际的工作提供必要的知识储备。具体包括：

项目一：企业组织设计

理解企业管理的基本原理。

掌握企业组织设计的原则和企业组织结构的几种形式。

项目二：企业经营战略管理

掌握企业经营战略的基本内容，了解经营战略的实施及控制。

掌握经营决策的基本理论与方法。

掌握经营计划编制和控制。

项目三：企业人力资源管理

掌握人力资源管理规划的概念与设计方法。

掌握员工聘用的方法和程序。

掌握员工培训、绩效评价的基本程序、方法和技术。

掌握基本的薪酬制度和薪酬设计的基本程序。

了解劳动合同和劳动保护的基本内容。

项目四：企业市场营销管理

※掌握市场调查的基本方法。

※掌握市场预测的基本方法。

※熟悉市场选择的方法和策略。

※掌握综合运用营销策略。

※掌握销售目标和销售计划制定的方法；

项目五：企业生产运作管理

※掌握生产计划的内容、具体要素及其用途；

※掌握物料需求清单和物料结构图的编制方法。

※掌握 5S 生产现场管理活动；

※掌握生产现场活动检查文件的制作方法。

项目六：企业财务分析

※掌握企业财务报表的分析方法；

※掌握财务指标的计算方法。

※掌握杜邦分析法的计算方法；

※掌握杜邦分析体系指标。

项目七：企业文化建设

※掌握企业的经营理念的内涵、价值体现；

※掌握企业理念识别系统的基本要素和步骤。

※掌握企业视觉识别系统的实施具体工作程序和要素；

※掌握企业行为识别系统的实施具体工作程序和要素。

(3) 素质目标

发现问题、分析问题、解决问题的能力

沟通、协调能力，团队协作共事能力

创新能力，获取知识、自我学习能力

管理信息系统运用能力

3、重点与难点

※掌握企业组织设计的原则和企业组织结构的几种形式。

※掌握企业经营战略的基本内容，了解经营战略的实施及控制。

※掌握经营决策的基本理论与方法。

※掌握综合运用营销策略。

※熟悉几种新型生产管理方式。

※掌握员工聘用的方法和程序。

※掌握基本的薪酬制度和薪酬设计的基本程序。

※熟悉资产负债表、利润表和现金流量表。

※掌握企业文化的创建。

四、教学内容

(一) 内容模块

序号	项目（模块）名称	子项目	学时分配
1	项目一：企业组织设计 (4 课时)	(1) 设计企业组织结构	2
		(2) 设计岗位（职务）工作说明书	2
2	项目二：企业经营战略管理 (4 课时)	(3) 制定企业业务发展战略	2
		(4) 撰写企业战略规划纲要	2
3	项目三：企业人力资源管理 (6 课时)	(5) 编制企业人力资源规划方案	2
		(6) 制定人力资源招聘方案	2
		(7) 制定绩效考核方案	2
4	项目四：企业市场营销管理 (6 课时)	(8) 设计企业目标市场策略	2
		(9) 设计企业营销组合策略	2
		(10) 编制企业年度销售计划	2
5	项目五：企业生产运作管理 (4 课时)	(11) 编制生产计划	2
		(12) 实施生产管理	2
6	项目六：企业财务分析 (4 课时)	(13) 进行基本的财务分析	2
		(14) 撰写简单的财务分析报告	2
7	项目七：企业文化建设 (4 课时)	(15) 确定企业经营理念	2
		(16) 建设企业视觉识别、行为识别系统	2
8	合计		32

(二) 教学安排

1 子项目 1：设计企业组织结构；（学时：2 学时）

1.1 子任务：

在企业组织目标的指导下，根据企业组织设计的原则、内容和流程方法设计广州日升日用品有限公司（以下简称日升公司）的组织结构，指定人员分工。

1.2 能力目标

1.2.1 具备设计企业组织结构的能力；

1.2.2 能够根据企业组织结构进行人员分工。

1.3 知识目标

1.3.1 掌握企业组织结构的几种形式；

1.3.1 掌握企业组织设计的原则、内容和流程方法。

1.4 教学方法建议

可以采用教师讲解的方式，创设模拟角色及教师组织、启发，学生案例讨论结合实践的方式。

1.5 实训成果

日升公司的组织结构图

1.6 子项目一考核

1.6.1 主要考核点包括公司的组织结构图是否符合企业组织目标、学生是否积极参与讨论。

1.6.2 考核方式根据学习态度和课堂实训成果评价结合。

1.6.3 考核结果点总分的 3%。

2 子项目 2：设计岗位（职务）工作说明书；（学时：2 学时）

2.1 子任务：

根据日升公司的组织结构对企业各岗位的工作进行分析，设计各岗位工作人员的素质和能力要求、整合各岗位工作说明和工作规范，编写出各岗位的工作说明书。

2.2 能力目标

2.2.1 具备工作岗位的分析能力；

2.2.2 能够编写岗位工作说明书。

2.3 知识目标

2.3.1 了解岗位工作说明和工作规范；

2.3.2 掌握岗位工作人员素质、能力要求。

2.4 教学方法建议

可以采用教师讲解的方式，创设模拟角色及教师组织、启发，学生案例讨论结合实践的方式。

2.5 实训成果

日升公司岗位工作说明书

2.6 子项目一考核

2.6.1 主要考核点包括岗位工作说明书是否符合企业组织目标、学生是否积极参与讨论。

2.6.2 考核方式根据学习态度和课堂实训成果评价结合。

2.6.3 考核结果点总分的 2%。

3 子项目 3：制定企业业务发展战略；（学时：2 学时）

3.1 子任务：

利用 BCG 矩阵分析日升公司的内外部环境，依据公司的业务发展战略的编写程序和方法制定该公司的未来 2013-2015 年业务发展战略。

3.2 能力目标

3.2.1 具备公司的内外部环境的分析能力；

3.2.2 能够制定企业业务发展战略。

3.3 知识目标

3.3.1 掌握企业内外部环境分析的方法和原理；

3.3.2 掌握制定公司的业务发展战略的程序和方法。

3.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，视频观摩、学生案例讨论和课堂练习结合实践的方式。

3.5 实训成果

日升公司 2013-2015 年业务发展战略

3.6 子项目一考核

3.6.1 主要考核点包括使用 BCG 矩阵分析公司业务发展战略的掌握程度、学生是否积极参加课堂实训。

3.6.2 考核方式根据学习态度和课堂实训成果评价结合。

3.6.3 考核结果点总分的 3%。

4 子项目 4：撰写企业战略规划纲要；（学时：2 学时）

4.1 子任务：

针对日升公司的业务发展战略，选择适合该公司的竞争战略方法（成本领先战略、差异化战略），并撰写公司 2013-2015 年战略规划纲要。

4.2 能力目标

4.2.1 具备企业竞争战略分析能力；

4.2.2 能够撰写企业战略规划纲要。

4.3 知识目标

4.3.1 掌握企业竞争战略理论和方法；

4.3.2 掌握撰写企业战略规划纲要的程序和方法。

4.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，教师组织、启发，学生案例讨论和课堂练习结合实践的方式。

4.5 实训成果

日升公司战略规划纲要

4.6 子项目一考核

4.6.1 主要考核点包括公司竞争战略分析是否恰当、公司战略规划纲要的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训和完成课后作业。

4.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

4.6.3 考核结果点总分的 5%。

5 子项目 5：编制企业人力资源规划方案；（学时：2 学时）

5.1 子任务：

在日升公司的发展战略和经营规划的指导下，根据人力资源规划的流程（信息整理、需求预测、供给预测、确定人员净需求量）制定 2013-2015 年的人力资源规划方案。

5.2 能力目标

5.2.1 能够进行企业人员供给和需求预测；

5.2.2 能够管理人力资源的供需平衡；

5.2.3 能够编制企业人力资源规划方案。

5.3 知识目标

5.3.1 掌握人力资源规划的概念和主要内容。

5.3.2 掌握人力资源规划的流程与设计方法。

5.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，教师组织、示范操作、启发学生模拟实操等实践的方式。

5.5 实训成果

日升公司 2013-2015 年人力资源规划方案

5.6 子项目一考核

5.6.1 主要考核点包括企业人员供求和需求预测是否恰当、企业人力资源规划方案的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

5.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

5.6.3 考核结果点总分的 3%。

6 子项目 6：制定人力资源招聘方案；（学时：2 学时）

6.1 子任务：

在日升公司 2013-2015 年人力资源规划方案和工作说明书的指导下，撰写一个具体且有操作性的某岗位（以营销员为例）的招聘实施方案。

6.2 能力目标

6.2.1 能够设计工作岗位的招聘流程；

6.2.2 能够制定人力资源招聘实施方案。

6.3 知识目标

6.3.1 掌握工作岗位的招聘流程；

6.3.2 掌握人力资源招聘的方法与使用工具。

6.4 教学方法建议

可以采用情境模拟、角色扮演、教师讲解、引导的方式，学生模拟实操等实践的方式。

6.5 实训成果

日升公司某岗位（以营销员为例）的招聘实施方案

6.6 子项目一考核

6.6.1 主要考核点包括工作岗位的招聘流程是否恰当、招聘实施方案的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

6.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

6.6.3 考核结果点总分的 4%。

7 子项目 7：制定绩效考核方案；（学时：2 学时）

7.1 子任务：

对子项目 6 招聘的岗位人员进行绩效考核，针对各岗位性质采用合适的考核工具，并撰写绩效考核方案。

7.2 能力目标

7.2.1 能够针对各岗位性质采用合适的考核工具；

7.2.2 能够撰写绩效考核方案。

7.3 知识目标

7.3.1 掌握绩效考核的内容与实施流程；

7.3.2 掌握绩效考核的方法与工具。

7.3.3 理解绩效考核中应注意的问题，避免失误。

7.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，案例学习、学生课堂讨论及模拟实操等理论与实践结合的方式。

7.5 实训成果

日升公司某岗位（以营销员为例）人员的绩效考核实施方案

7.6 子项目一考核

7.6.1 主要考核点包括针对各岗位性质是否能采用合适的考核工具、绩效考核实施方案的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

7.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

7.6.3 考核结果点总分的 3%。

8 子项目 8：设计企业目标市场策略；（学时：2 学时）

8.1 子任务：

利用市场调查工具，如调查问卷方法分析日升公司洗发水产品在华南地区的市场现状，和 2013 年的市场预测情况，本公司选择目标市场和制定目标市场策略。

8.2 能力目标

8.2.1 能够对整体市场做出细分；

8.2.2 能够评估和选择目标市场；

8.2.3 能够进行目标市场定位。

8.3 知识目标

8.3.1 掌握市场现状评估、分析市场现状的方法；

8.3.2 掌握市场细分的技术与方法。

8.3.3 理解目标市场的选择方向和定位方向。

8.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，学生课堂讨论及课外实地调查模拟实操等理论与实践结合的方式。

8.5 实训成果

日升公司目标市场策略

8.6 子项目一考核

8.6.1 主要考核点包括市场细分是否清晰、评估和选择目标市场是否合理、公司目标市场策略的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

8.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

8.6.3 考核结果点总分的 4%。

9 子项目 9：设计企业营销组合策略；（学时：2 学时）

9.1 子任务：

根据日升公司目前的目标市场策略，详细分析产品策略、价格策略、分销渠道策略及促销组合策略，把握营销组合的技巧，制定市场营销组合策略。

9.2 能力目标

9.2.1 能够分析目标市场策略；

9.2.2 能够设计企业市场营销组合策略。

9.3 知识目标

9.3.1 掌握市场营销要素的具体方法；

9.3.2 掌握市场营销组合的技巧。

9.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，学生课堂讨论、案例分析及市场营销实训室参观等理论与实践结合的方式。

9.5 实训成果

日升公司市场营销组合策略

9.6 子项目一考核

9.6.1 主要考核点包括市场营销要素是否清晰、市场营销组合策略的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

9.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

9.6.3 考核结果点总分的 4%。

10 子项目 10：编制企业年度销售计划；（学时：2 学时）

10.1 子任务：

结合日升公司的目标市场策略和市场营销组合策略，撰写公司 2013 年度销售计划。

10.2 能力目标

10.2.1 能够分析目标市场策略和市场营销组合策略；

10.2.2 能够编制企业年度销售计划。

10.3 知识目标

掌握销售目标和销售计划制定的方法；

10.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，学生模拟实操等理论与实践结合的方式。

10.5 实训成果

日升公司 2013 年度销售计划

10.6 子项目一考核

10.6.1 主要考核点包括年度销售计划的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

10.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

10.6.3 考核结果点总分的 3%。

11 子项目 11：编制生产计划；（学时：2 学时）

11.1 子任务：

日升公司 2013 年 6 月份接到一份产品订单，要求在 2013 年 9 月份交付飘逸洗发水 10000 瓶的生产订单，生产部门进行编制生产计划和物料需求计划。

11.2 能力目标

11.2.1 能够编制具体的生产计划；

11.2.2 能够编制物料需求计划。

11.3 知识目标

11.3.1 掌握生产计划的内容、具体要素及其用途；

11.3.2 掌握物料需求清单和物料结构图的编制方法。

11.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，学生模拟实操生产运营模块等理论与实践相结合的方式。

11.5 实训成果

日升公司飘逸洗发水生产计划表、主生产计划表和物料需求计划

11.6 子项目一考核

11.6.1 主要考核点包括生产计划表、主生产计划表和物料需求计划的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

11.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

11.6.3 考核结果点总分的 2%。

12 子项目 12：实施生产管理；（学时：2 学时）

12.1 子任务：

日升公司根据生产计划开展生产，要求运用科学的管理方法，如 5S 生产现场

管理方法对生产过程现场进行管理和控制，制定生产现场活动检查文件，完成生产组织流程。

12.2 能力目标

12.2.1 能够运用科学的管理方法和手段实施生产管理；

12.2.2 能够制定生产现场活动检查文件。

12.3 知识目标

12.3.1 掌握 5S 生产现场管理活动；

12.3.2 掌握生产现场活动检查文件的制作方法。

12.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，学生模拟实操生产运营模块、物流实训室设备运作等理论与实践结合的方式。

12.5 实训成果

日升公司生产现场活动检查文件

12.6 子项目一考核

12.6.1 主要考核点包括运用科学的生产管理方法和手段、生产现场活动检查文件的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

12.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

12.6.3 考核结果点总分的 2%。

13 子项目 13：进行基本的财务分析；（学时：2 学时）

13.1 子任务：

根据日升公司的经营成果——2012 年度企业财务报表（资产负债表、利润表、现金流量表），进行财务指标计算并分析。

13.2 能力目标

13.2.1 能够分析企业财务报表；

13.2.2 能够财务指标计算并分析。

13.3 知识目标

13.3.1 掌握企业财务报表的分析方法；

13.3.2 掌握财务指标的计算方法。

13.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，学生模拟实操等理论与实践结合的方式。

13.5 实训成果

日升公司财务指标分析计算表

13.6 子项目一考核

13.6.1 主要考核点包括财务指标的计算是否科学准确、财务指标分析计算表的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

13.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

13.6.3 考核结果点总分的 3%。

14 子项目 14：撰写简单的财务分析报告；（学时：2 学时）

14.1 子任务：

根据日升公司的财务指标分析计算表，采用杜邦分析法进行综合分析，并撰写财务分析报告。

14.2 能力目标

14.2.1 能够运用杜邦分析法计算；

14.2.2 能够撰写财务分析报告。

14.3 知识目标

14.3.1 掌握杜邦分析法的计算方法；

14.3.2 掌握杜邦分析体系指标。

14.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，学生模拟实操等理论与实践结合的方式。

14.5 实训成果

日升公司杜邦分析体系指标、日升公司 2012 年财务分析报告

14.6 子项目一考核

14.6.1 主要考核点包括杜邦分析体系指标、2012 年财务分析报告的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

14.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

14.6.3 考核结果点总分的 2%。

15 子项目 15: 确定企业经营理念, 建设企业理念识别系统; (学时: 2 学时)

15.1 子任务:

根据日升公司的企业文化历史和内外部环境条件及公司的发展战略, 多方查找案例, 分析公司企业需求, 定位企业的经营理念和建设企业理念识别系统。

15.2 能力目标

15.2.1 能够定位企业的经营理念;

15.2.2 能够建设企业理念识别系统。

15.3 知识目标

15.3.1 掌握企业的经营理念的内涵、价值体现;

15.3.2 掌握企业理念识别系统的基本要素和步骤。

15.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式, 学生案例讨论、视频观摩、模拟实操等理论与实践结合的方式。

15.5 实训成果

日升公司企业理念识别设计方案

15.6 子项目一考核

15.6.1 主要考核点包括企业的经营理念是否合理、企业理念识别系统的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

15.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

15.6.3 考核结果点总分的 3%。

16 子项目 16: 建设企业视觉识别、行为识别系统; (学时: 2 学时)

16.1 子任务:

在日升公司经营理念的指导下, 依据科学的实施具体工作程序和要素进行企业视觉识别、行为识别系统建设。

16.2 能力目标

16.2.1 能够建设企业视觉识别系统;

16.2.2 能够建设企业行为识别系统。

16.3 知识目标

16.3.1 掌握企业视觉识别系统的实施具体工作程序和要素；

16.3.2 掌握企业行为识别系统的实施具体工作程序和要素。

16.4 教学方法建议

可以采用教师讲解、引导的方式，学生案例讨论、视频观摩、模拟实操等理论与实践结合的方式。

16.5 实训成果

日升公司企业视觉识别设计方案、行为识别设计方案。

16.6 子项目一考核

16.6.1 主要考核点包括企业视觉识别系统、行为识别系统的关键要素是否掌握、学生是否积极参加课堂实训。

16.6.2 考核方式根据学习态度、学习过程和课堂实训成果评价结合。

16.6.3 考核结果点总分的 4%。

五、教学组织形式

本课程以学生为主体，突出实践能力培养。以工作子项目为载体，安排每次课程的基本知识与技术性训练相结合，学生独立完成实训项目或者分组讨论、分组完成项目，学生边学边做，教师点评分析与纠正、启发学生思考，实现“教、学、做、练、思”一体化的教学模式。本课程的教学方式有任务驱动、案例教学、模拟实操、情境创设、角色扮演、启发引导等系列方法。例如：

1、视频观摩教学法

选择视频材料播放，深入挖掘企业管理活动的本质及其独特性。以身边发生的实例为案例，增强说服力。

2、角色扮演教学法

在新企业运营管理模拟时，要求学生以团队创设企业，每个企业各自的岗位如总经理、销售经理、生产经理、财务经理、人力资源经理等。

3、启发引导教学法

这是在课堂教学和实训指导中经常用到的一个方法。例如企业的组织形式有哪些？团队的组织结构主要有几种？企业运营的资金来源渠道有哪些？

4、案例分析教学法

选择精选案例，学生分组讨论，培养学生对企业经营管理问题的分析与判断能力。

5、模拟实操教学法

通过对仿真实训平台为学生提供了企业经营管理全过程的模拟训练，学生获取个人账户，跟随老师的教学进度完成模拟练习，学生能操作采购流程，生产流程，销售流程等技能。

六、课程考核方式和考核标准

50 %平时实训成绩，20 %平时作业成绩，30 %期末考试成绩。

平时实训成绩占 50%，具体的考核点和比例见“（二）教学安排”，老师结合课堂出勤、课堂答问、实训成果等情况给出平时实训成绩；平时作业成绩占 20%，其中安排 4 次课后作业和 2 次小组作业，小组作业由组长进行分工，完成老师布置的任务；期末考试成绩占 30%，考试形式为笔试。老师结合以上分配的三项指标，给出课程最终考核成绩。

七、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

自编讲义，采用企业经营管理的新概念、新技术和新方法，广泛吸取国内外的最新成果和经验。

（二）推荐教材

教材：现代企业管理．西安：西安交通大学出版社，2015．

（三）教学参考资料

（1）孙子兵法与商业管理，曾仕强，领导艺术

（2）余世维，如何成为成功的职业经理人

（3）自编讲义

（4）丁国良. 企业经营管理[M]. 北京：人民交通出版社出版，2007.

（5）<http://www.ceo.hc360.com/>

（6）<http://www.zh09.com/>中华管理学习网

八、教学资源建设

（一）教师要求

由具有理论知识扎实、专业实践背景的专任教师担任。

（二）学习场地、设施要求

1、校内：实训场地、多媒体课室、电脑房（网络、软件支持）

（1）因纳特工商管理仿真实训平台

因纳特工商管理电子沙盘是工商企业管理专业先前引进的电子仿真实训平台。因纳特经营决策沙盘解决的是一般企业架构、企业经营流程、常见的市场营销策略及流程、企业资本运作的基本渠道。

（2）ERP 手工沙盘实训室

ERP 手工沙盘实训室为学生提供了企业经营管理全过程的模拟训练，帮助学生熟悉采购流程，生产流程，销售流程，训练学生的人力资源管理技能。

工商企业管理专业实体实验室在培养学生科学的经营管理理念的同时，也提高了学生的管理技能。

（3）其他：商务谈判室、市场营销实训室、创业实训楼、物流实训室等

（4）现代网络技术

基于学校完善的网络基础设施，课程组还充分利用电子邮件、QQ、MSN 等网络工具，使师生之间可以随时随地进行意见、建议的交流，从而使师生在课堂内外共同营造开放、民主、活跃的教学氛围，打造一个分享知识、分享经验、分享智慧、分享快乐的学习平台。

（5）校内第二课堂。如营销技能展、模拟公司大赛等

2、校外：大学生实习基地、企业资源

《职业经理人素养与实践实战》在我院开设在第三个学期，根据我院教改情况，本课程的课程标准、整体设计、单元设计处于起步阶段，因此，课程建设情况，教学资料管理方案、考试考核方法研究、教学研究计划、预计取得的成果和课程教学活动等资料都需要收集、整理。计划用一年的时间完善以上资料并归档。

《职业经理人素养与实践实战》授课计划表

2017/ 2018 学年第 一 学期

任课教师		钟祥荣			任教课程		职业经理人素养与实践实战						
任课班级					采用教材						参考书名称与作者		
					名称			作者、出版社					
					职业经理人素养与实践实战			自编讲义			自编讲义		
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想： 50 %过程考核成绩，50 %平时实训成绩，0%期末考试成绩	
					总课时	其中							
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排	机动		
32	0	32	8	4	32	16		16					
<p>本课程教学目标：</p> <p>通过《职业经理人素养与实践实战》课程学习，使学生明白职业经理人应具备的素养是什么以及如何塑这些素养；让学生实践历练如何具备职业经理人这一角色应有的懂经营善管理的能力。</p> <p>具体目标：</p> <p>1、能力目标：</p> <p>通过学习本课程，学生具备现代企业的基本管理能力及其具备经营管理的基本思维能力。</p> <p>具体包括：</p> <p>项目一：企业组织设计</p> <p>子项目 1：设计企业组织结构</p> <p>具备设计企业组织结构的能力；</p> <p>能够根据企业组织结构进行人员分工。</p> <p>子项目 2：设计岗位（职务）工作说明书；</p> <p>具备工作岗位的分析能力；</p> <p>能够编写岗位工作说明书。</p> <p>项目二：企业经营战略管理</p> <p>子项目 3：制定企业业务发展战略；</p> <p>具备公司的内外部环境的分析能力；</p>													

能够制定企业业务发展战略。

子项目 4：撰写企业战略规划纲要。

具备企业竞争战略分析能力；

能够撰写企业战略规划纲要。

项目三：企业人力资源管理

子项目 5：编制企业人力资源规划方案；

能够进行企业人员供求和需求预测；

能够管理人力资源的供需平衡；

能够编制企业人力资源规划方案。

子项目 6：制定人力资源招聘方案；

能够设计工作岗位的招聘流程；

能够制定人力资源招聘实施方案。

子项目 7：制定绩效考核方案。

能够针对各岗位性质采用合适的考核工具；

能够撰写绩效考核方案。

项目四：企业市场营销管理

子项目 8：设计企业目标市场策略；

能够对整体市场做出细分；

能够评估和选择目标市场；

能够进行目标市场定位。

子项目 9：设计企业营销组合策略。

能够分析目标市场策略；

能够设计企业市场营销组合策略。

子项目 10：编制企业年度销售计划

能够分析目标市场策略和市场营销组合策略；

能够编制企业年度销售计划。

项目五：企业生产运作管理

子项目 11：编制生产计划；

能够编制具体的生产计划；

能够编制物料需求计划。

子项目 12：实施生产管理。

能够运用科学的管理方法和手段实施生产管理；

能够制定生产现场活动检查文件。

项目六：企业财务分析

子项目 13：进行基本的财务分析；

能够分析企业财务报表；

能够财务指标计算并分析。

子项目 14：撰写简单的财务分析报告。

能够运用杜邦分析法计算；

能够撰写财务分析报告。

项目七：企业文化建设

子项目 15：确定企业经营理念；

能够定位企业的经营理念；

能够建设企业理念识别系统。

子项目 16：建设企业视觉识别、行为识别系统。

能够建设企业视觉识别系统；

能够建设企业行为识别系统。

2、知识目标

通过学习本课程，学生掌握现代企业管理的基本知识和前沿现代公司的管理，了解国内外企业经营管理发展概况以及企业经营管理的不同特色，为进入社会参加实际的工作提供必要的知识储备。具体包括：

项目一：企业组织设计

理解企业管理的基本原理。

掌握企业组织设计的原则和企业组织结构的几种形式。

项目二：企业经营战略管理

掌握企业经营战略的基本内容，了解经营战略的实施及控制。

掌握经营决策的基本理论与方法。

掌握经营计划编制和控制。

项目三：企业人力资源管理

掌握人力资源管理规划的概念与设计方法。

掌握员工聘用的方法和程序。

掌握员工培训、绩效评价的基本程序、方法和技术。

掌握基本的薪酬制度和薪酬设计的基本程序。

了解劳动合同和劳动保护的基本内容。

项目四：企业市场营销管理

※掌握市场调查的基本方法。

※掌握市场预测的基本方法。

※熟悉市场选择的方法和策略。

※掌握综合运用营销策略。

※掌握销售目标和销售计划制定的方法；

项目五：企业生产运作管理

※掌握生产计划的内容、具体要素及其用途；

※掌握物料需求清单和物料结构图的编制方法。

※掌握 5S 生产现场管理活动；

※掌握生产现场活动检查文件的制作方法。

项目六：企业财务分析

※掌握企业财务报表的分析方法；

※掌握财务指标的计算方法。

※掌握杜邦分析法的计算方法；

※掌握杜邦分析体系指标。

项目七：企业文化建设

※掌握企业的经营理念的内涵、价值体现；

※掌握企业理念识别系统的基本要素和步骤。

※掌握企业视觉识别系统的实施具体工作程序和要素；

※掌握企业行为识别系统的实施具体工作程序和要素。

(3) 素质目标

发现问题、分析问题、解决问题的能力

沟通、协调能力，团队协作共事能力
创新能力，获取知识、自我学习能力
管理信息系统运用能力

课程考核方式和考核标准：

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
*过程考核	学习态度	是否积极回答问题	课堂提问	回答问题	10
	上课考勤	到课率	日常考勤	点名	10
	平时测验	测验成绩	随堂测试	测试	10
	作业完成	作业完成情况及正确率	课余作业	作业批改	10
	课外实践	实习成果	下企业实习	企业资料及企业评估	10
结果考核	平时实训	* 平时实训成绩			50
	期末考试	* 期末考试成绩	理论考试	闭卷或开卷	
			实训考试	闭卷或开卷	

备注：①相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划；②课程考核方式和考核标准表中用不上的项目请空着，不要删除；③课程考核方式设想、教学用具、课程考核方式和考核标准中内容和数据均可从本课程课程标准中获取。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		

11	职业经	2		2	1. 认知职业经理人应具备的素养是什么以及	撰写创业计
12	企业组	2		2	1. 设计企业组织结构具备设计企业组织结构 2. 设计岗位（职务）工作说明书；具备工作 3. 能够编写岗位工作说明书。	编写岗位
13	企业经	2		2	1. 制定企业业务发展战略；具备公司的内外部环境 2. 撰写企业战略规划纲要。具备企业竞争战略分析 3. 能够撰写企业战略规划纲要。	撰写企业
14	企业人	2		2	1. 编制企业人力资源规划方案；能够进行企业人 能够编制企业人力资源规划方案。 2. 制定人力资源招聘方案；能够设计工作岗位的 3. 制定绩效考核方案。能够针对各岗位性质采用 4. 能够撰写绩效考核方案。	撰写绩效
15	企业市	2		2	1. 设计企业目标市场策略； 能够对整体市场做出细分； 能够评估和选择目标市场； 能够进行目标市场定位。 2. 设计企业营销组合策略。 能够分析目标市场策略； 能够设计企业市场营销组合策略。 3. 编制企业年度销售计划 能够分析目标市场策略和市场营销组合策略 4. 能够编制企业年度销售计划。	编制企业
16	企业生	2		2	1. 编制生产计划；能够编制具体的生产计划；能 2. 实施生产管理。能够运用科学的管理方法和手段 3. 能够制定生产现场活动检查文件。	制定生产
17	企业财	2		2	1. 进行基本的财务分析； 能够分析企业财务报表； 能够财务指标计算并分析。 2. 撰写简单的财务分析报告。能够运用杜邦分析 3. 能够撰写财务分析报告。	撰写财务
18	企业文	2		2	1. 确定企业经营理念； 能够定位企业的经营理念； 能够建设企业理念识别系统。	

						2. 建设企业视觉识别、行为识别系统。能够建设企业视觉识别系统； 3. 能够建设企业行为识别系统。	
合计	32	16		16			

备注：“教学内容”中所含能力训练项目、“课时分配”、“能力目标”、“训练方式及步骤”均需大致与本课程的课程标准中“教学进度设计”表内的进度、学时数及内容相一致。

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

《咖啡知识与技术》课程

基本信息

课程名称：咖啡知识与技术培养	学 分：2
课程代码：C110017357	学 时：32
先修课程：无	后续课程：
适用专业：全校	编 制 人：冯倩欣
审 核 人：	制 订 时 间：2016 年 12 月

一、课程概述

（一）教学性质

随着社会的发展与人们生活水平的提高，人们对各式咖啡产品的需求层次与服务层次的要求越来越高。从而，产生了巨大的市场。

本课程是面向全校的公选课，主要是针对学校里面有意愿进行咖啡厅创业的同学而开设的课程，本课程是一门综合性强、实践操作性强的学科，教学全过程采用任务驱动式教学方式的课程。

通过本课程的学习，可以使学生系统了解咖啡制作的基础常识；能够进行咖啡豆、咖啡设备、咖啡种类等基础性的鉴别；能够熟练进行咖啡的研磨、烘焙、调制等高水平的服务；掌握咖啡的基础调饮，同时具备较高的职业素质与服务意识。

（二）教学理念

1. 本课程的设计以就业为导向，以咖啡调饮为核心，实施体现了“教学做合一”的教学理念。课程的开发与实施以岗位要求和职业标准为参照确定学习目标，以操作过程为基础进行教学内容的选取、重构和序化。本课堂注重学生职业能力开发和职业素养养成。

2. 本课程的设计以培养学生具有良好的职业道德、职业操守为目标。在技能教学与理论教学的同时，注重培养学生的责任心。

（三）教学设计

根据咖啡师工作岗位的工作能力要求，按照从简到繁的认知规律，在教学中从小项目做起，不断让学生体验成功，增强自信。

本课程的设计以体现为实践为主、理论为辅，理论与实践一体化的综合性学习任务，其中糅合了初、中级咖啡师职业技能考证的相关内容，旨能让学生通过这四大项目内容的学习，学生可完成咖啡调饮的典型的工作任务，处理典型的问题情境，具体说来能掌握咖啡厅咖啡调制的基本技能、基本理论和基础知识，能胜任相关的岗位工作。

总课时 32 学时。

二、教学目标

（一）总体目标

通过学习，使学生了解咖啡豆的种类、研磨以及咖啡器具的使用和保养，初步掌握各种咖啡的调制方法，具有初步的咖啡调饮能力。在学习过程中，通过各种先进和实践的教学手段和方法，训练学生的动手能力和实际解决问题的能力，使学生在学了这门课程以后可以考取 SCAA(或 SCAE)等证书并直接到咖啡厅上岗。

本课程在教学中，

（二）具体目标

1. 知识与技能

类别	目标
认识咖啡与咖啡豆	(1) 了解咖啡豆的相关理论知识（种类、产地和选购） (2) 掌握评价咖啡豆质量的标准 (3) 能够了解咖啡豆的研磨度 (4) 不同国家的咖啡文化（法国、意大利、美国和日本）
咖啡器具的使用	(5) 认识各种咖啡器具（各类咖啡机、咖啡壶、滴滤机等） (6) 能熟练使用各种咖啡器具 (7) 能对咖啡器具进行安全清洗和保养 (8) 认识世界上知名品牌的咖啡器具
磨豆机的使用	(9) 能知道不同研磨度对于咖啡风味的影响 (10) 能知道咖啡磨豆机不同刀盘的运作原理

	(11) 能够学会挑选适合自己咖啡店的磨豆机
单品咖啡制作法	(12) 能利用手冲壶进行咖啡制作 (13) 能利用虹吸壶进行咖啡制作 (14) 能利用法压壶进行咖啡制作 (15) 能利用法兰绒滤网进行咖啡制作 (16) 能利用皇家比利时壶进行咖啡制作
咖啡与鸡尾酒的融合	(17) 能掌握皇家咖啡的制作 (18) 能掌握爱尔兰咖啡的制作 (19) 风味咖啡的制作（荷兰冰滴、越南咖啡、土耳其咖啡） (20) 能自己创新一款鸡尾酒+咖啡

2. 过程与方法

- (1) 能通过各种媒体资源查找所需信息，并进行基础的创作；
- (2) 能根据具体问题、具体情况采取灵活的解决办法；
- (3) 能创新表演方法、手段，与时俱进，具有创新思维；
- (4) 培养学生具备查阅信息、收集信息的能力；

3. 情感态度与价值观

- (1) 培养学生的人际交往能力；
- (2) 培养学生的小组工作中的合作能力；
- (3) 培养学生的交流与协商能力；
- (4) 培养学生的批评与自我批评能力、纪律性；
- (5) 培养学生勇于创新、敬业、乐业的工作作风。
- (6) 具有良好的心理素质，具备较强承受压力、情绪管理能力和环境适应能力。

三、课程考核

学生学习成绩的评定，以学生平时表现、任务完成情况以及最终考核来核定。

- (1) 平时表现 10%（出勤、学习态度、作业、创新意识）。
- (2) 项目考核（40%）

根据每个项目的质量验收细则，对学生的作品进行评定。

序号	项目名称	比重	优秀	良好	一般
----	------	----	----	----	----

			(≥80)	(≥60)	(<60)
1	认识咖啡与咖啡豆	10%			
2	咖啡器具的使用	10%			
3	磨豆机的使用	10%			
4	单品咖啡制作法	10%			
5	咖啡与鸡尾酒的融合	10%			

(3) 综合考核 (50%)

在规定时间内, 学生独立完成一种指定咖啡的调制。要求穿着合理, 礼仪到位, 调制手法熟练、优雅, 调制的咖啡外观具有观赏性, 口味、香气符合要求。

序号	评分点	技术要求	分值	记分标准	扣分说明
1	整体印象	紧扣赛题要求, 作品必须是指定的咖啡类型。干净度(缺点与污损的缺陷味道)要达标。	15分	整体效果(8分); 作品符合指定要求(4分); 干净度较好(3分)。	整体效果有缺陷扣4—8分; 干净度较差扣1—3分, 作品不符合指定咖啡类型扣4分。
2	风味色泽	均衡度是否达标; 啜吸风味是否符合指定咖啡要求; 余味停留时间长短; 整体色泽是否饱满。	50分	均衡度达标(15分); 啜吸风味符合要求(20分); 余味停留时间(10分); 色泽饱满程度(5分)。	均衡度不达标扣5—15; 啜吸风味不符合要求扣5—20分; 余味停留时间不长扣3—10分; 色泽饱满度不够扣2—5分。
3	操作过程	动作流畅, 井然有序; 咖啡器具使用规范、合理; 时间分配合理。	25分	动作流畅度(12分); 器具使用规范性(8分); 时间安排合理(5分)。	动作不够流畅扣3—12分; 器具使用不规范扣2—8分; 时间安排不合理, 超时扣1—5分。
4	穿着仪态	穿着合理; 仪态大方; 举止优雅。	10分	穿着合理(4分); 仪态大方(3分); 举止优雅(3分)。	穿着不合理, 衣服搭配不合理扣1—4分; 仪态不够大方扣1—3分; 举止僵硬, 不够优雅扣1—3分。
合计		100分			

四、资源要求

1. 参考书目：《咖啡使用技艺》、《独立咖啡馆创业 Menu》等。
2. 本课程的理论授课教室应配有多媒体投影设备。
3. 本课程实训场地主要为咖啡厅实训室，要求专业设备齐全、水电设施完备。
4. 有合作企业提供学生实操环境。

《咖啡知识与技术培养》授 课 计 划 表

2016 / 2017 学年 第二学期

任课教师		冯倩欣		任教课程		咖啡技术与知识培养						
任课班级				采用教材						参考书名称与作者		
				名称			作者、出版社					
第二期咖啡职业经理人班学员				无			无			秦德兵，《咖啡实用技艺》		
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式： 过程考核占50% 终结考核占50%
					总课时	其 中						
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排	机 动	
32	0	32	16	4	32	16	0	16	0	0	0	

一、课程概述

随着社会的发展与人们生活水平的提高，人们对各式咖啡产品的需求层次与服务层次的要求越来越高。从而，产生了巨大的市场。

本课程是面向全校的公选课，主要是针对学校里面有意愿进行咖啡厅创业的同学而开设的课程，本课程是一门综合性强、实践操作性强的学科，教学全过程采用任务驱动式教学方式的课程。

通过本课程的学习，可以使学生系统了解咖啡制作的基础常识；能够进行咖啡豆、咖啡设备、咖啡种类等基础性的鉴别；能够熟练进行咖啡的研磨、烘焙、调制等高水平的服务；掌握咖啡的基础调饮，同时具备较高的职业素质与服务意识。

二、教学总体目标

1. 本课程的设计以就业为导向，以咖啡调饮为核心，实施体现了“教学做合一”的教学理念。课程的开发与实施以岗位要求和职业标准为参照确定学习目标，以操作过程为基础进行教学内容的选取、重构和序化。本课堂注重学生职业能力开发和职业素养养成。

2. 本课程的设计以培养学生具有良好的职业道德、职业操守为目标。在技能教学与理论教学的同时，注重培养学生的责任心。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	咖啡豆的相关理论知识 (咖啡树的生长与咖啡豆的种类)	1			1	理论讲解；视频欣赏	
2	咖啡豆的相关理论知识 (咖啡豆的产地和选购)	1		1		理论讲解；图片展示	

3	不同国家的咖啡文化（法国、意大利、美国和日本）	1		1		
4	认识咖啡器具	1		1		理论讲解；实操训练
5	咖啡的研磨	1		1		
6	手冲壶的相关知识及实操	1		1		
7	一体式滴滤壶的相关知识及实操	1		1		
8	法压壶与法兰绒滤网的相关知识及实操	1		1		
9	皇家咖啡勺与皇家比利时壶的相关知识及实操	1		1		
10	爱尔兰咖啡的知识与实操	1		1		
11	鸡尾酒与咖啡的融合（一）	2				
12	鸡尾酒与咖啡的融合（二）			2		
13	风味咖啡的制作（越南咖啡）	1		1		
14	风味咖啡的制作（土耳其咖啡）	1		1		
15	风味咖啡的制作（荷兰冰滴）	1		1		
16	考核	1		1		
共计	32	16		16		

系负责人：李霜

教研室主任：

任课教师：冯倩欣

《咖啡吧运营与管理实战》课程

基本信息

课程名称：咖啡吧运营与管理实战	学 分：2
课程代码：	学 时：32
先修课程：	后续课程：
适用专业：所有 专业	编 制 人：冯倩欣
审 核 人：	制 订 时 间：2017 年 10 月

一、课程概述

（一）教学性质

随着社会的发展与人们生活水平的提高，人们对各式咖啡产品的需求层次与服务层次的要求越来越高。从而，产生了巨大的市场。

本课程是酒店管理专业的选修课程，是一门综合性强、实践操作性强的学科，教学全过程采用任务驱动式教学方式的课程。

通过本课程的学习，可以使学生系统了解咖啡制作的基础常识；能够进行咖啡豆、咖啡设备、咖啡种类等基础性的鉴别；能够熟练进行咖啡的研磨、烘焙、调制等高水平的服务；掌握咖啡的基础调饮，同时具备较高的职业素质与服务意识。

（二）教学理念

1. 本课程的设计以就业为导向，以咖啡调饮为核心，实施体现了“教学做合一”的教学理念。课程的开发与实施以岗位要求和职业标准为参照确定学习目标，以操作过程为基础进行教学内容的选取、重构和序化。通过课堂实训教学任务、顶岗实习真实工作任务为载体开展任务驱动教学，注重学生职业能力开发和职业素养养成。

2. 本课程的设计以培养学生具有良好的职业道德、职业操守为目标。在技能教学与理论教学的同时，注重培养学生的责任心。

（三）教学设计

根据咖啡师工作岗位的工作能力要求，按照从简到繁的认知规律，在教学中从小项目做起，不断让学生体验成功，增强自信。

本课程的设计以体现为实践为主、理论为辅，理论与实践一体化的综合性学

习任务，其中糅合了初、中级咖啡师职业技能考证的相关内容，旨能让学生通过这四大项目内容的学习，学生可完成咖啡调饮的典型的工作任务，处理典型的问题情境，具体说来能掌握咖啡厅咖啡调制的基本技能、基本理论和基础知识，能胜任相关的岗位工作。

总课时 32 学时。

二、教学目标

（一）总体目标

通过学习，使学生了解咖啡豆的种类、研磨和烘焙方法以及咖啡器具的使用和保养，初步掌握各种咖啡的调制方法，具有初步的咖啡调饮能力。在学习过程中，通过各种先进和实践的教学手段和方法，训练学生的动手能力和实际解决问题的能力，使学生在学了这门课程以后可以考取初、中级咖啡师证书并直接到咖啡厅上岗。

本课程在教学中，

（二）具体目标

1. 知识与技能

类别	目标
精挑细琢咖啡豆	(21) 了解咖啡豆的相关理论知识。 (22) 掌握评价咖啡豆质量的标准。 (23) 能够独立完成咖啡豆的研磨 (24) 了解咖啡的烘焙技巧。
时尚精致咖啡器	(25) 认识各种咖啡器具（各类咖啡机、咖啡壶、滴滤机等） (26) 能熟练使用各种咖啡器具 (27) 能对咖啡器具进行安全清洗和保养 (28) 认识世界上知名品牌的咖啡器具
专业精致制作法	(29) 能利用虹吸壶进行咖啡制作 (30) 能利用法压壶进行咖啡制作 (31) 能利用摩卡壶制作咖啡
温馨浪漫花咖啡	(32) 掌握卡布基诺咖啡制作方法

	(33) 掌握热拿铁咖啡的制作方法 (34) 掌握皇家咖啡的制作方法 (35) 掌握爱尔兰咖啡制作方法 (36) 了解绿茶咖啡制作方法 (37) 掌握彩虹冰咖啡制作方法 (38) 了解水果冰咖啡制作方法 (39) 掌握冰拿铁咖啡制作方法
--	--

2. 过程与方法

- (1) 能通过各种媒体资源查找所需信息，并进行基础的创作；
- (2) 能根据具体问题、具体情况采取灵活的解决办法；
- (3) 能创新表演方法、手段，与时俱进，具有创新思维；
- (4) 培养学生具备查阅信息、收集信息的能力；

3. 情感态度与价值观

- (1) 培养学生的人际交往能力；
- (2) 培养学生在小组工作中的合作能力；
- (3) 培养学生的交流与协商能力；
- (4) 培养学生的批评与自我批评能力、纪律性；
- (5) 培养学生勇于创新、敬业、乐业的工作作风。
- (6) 具有良好的心理素质，具备较强承受压力、情绪管理能力和环境适应能力，

三、教学内容和要求

项目一：时尚精致咖啡器

项目分解	任务一：认识咖啡器具 方法	任务二：掌握咖啡器具的使用方
------	------------------	----------------

	任务三：掌握咖啡器具的清洗和保养方法	
教学要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解制作咖啡所需用到的各种器具。 2. 了解咖啡器具的国际、国内知名品牌。 3. 掌握咖啡器具的使用方法。 4. 熟练咖啡器具的清洗方法。 5. 掌握咖啡器具的保养方法。 	
素材准备	咖啡器具、相关视频以及清洗、保养咖啡器具所要用到的材料。	
参考课时	6 课时	
学习过程		
任务	知识要求	技能要求
任务一 认识咖啡器具	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解咖啡器具的种类。 2. 了解咖啡器具的用途。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能分辨咖啡器具的类别。 2. 能分辨各种咖啡器具的用途。
任务二 咖啡器具的使用	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解咖啡器具的使用原理。 2. 了解普通咖啡器具的使用方法。 3. 了解花式咖啡器具的使用方法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能使用普通咖啡器具调饮咖啡。 2. 能使用花式咖啡器具调饮咖啡。
任务三 咖啡器具的保养	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解咖啡器具保养常识。 2. 了解咖啡器具清洗常识。 3. 了解咖啡器具清洗和保养的必要性。 4. 认识咖啡器具国内外知名品牌。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能完成咖啡器具的保养工作。 2. 能完成咖啡器具的清洗工作。
注意事项	<ol style="list-style-type: none"> 1. 重点掌握咖啡器具的使用方法。 2. 了解咖啡器具的使用原理。 3. 掌握咖啡器具的保养方法。 	

项目二：专业精致制作法

项目分解	任务一：虹吸式制作咖啡	任务二：法压式制作咖啡
	任务三：摩卡壶制作咖啡	
教学要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识虹吸壶的构造和注意事项 2. 了解虹吸壶制作咖啡流程 	

	3. 认识法压壶构造和注意事项 4. 了解法压壶制作咖啡流程 5. 认识摩卡壶构造和注意事项 6. 了解摩卡壶制作咖啡流程	
素材准备	准备虹吸壶、法压壶和摩卡壶。	
参考课时	8 课时	
学习过程		
任务	知识要求	技能要求
任务一 虹吸式制作咖啡	1. 认识虹吸壶的构造。 2. 了解虹吸壶制作咖啡的注意事项。 3. 了解虹吸壶制作咖啡的原理。 4. 了解虹吸壶制作咖啡流程。	能熟练利用虹吸壶及相关器具制作咖啡。
任务二 法压式制作咖啡	1. 认识法压壶的构造。 2. 了解法压壶制作咖啡的注意事项。 3. 了解法压壶制作咖啡的原理。 4. 了解法压壶制作咖啡流程。	能熟练利用法压壶及相关器具制作咖啡。
任务三 摩卡壶制作咖啡	1. 认识摩卡壶的构造。 2. 了解摩卡壶制作咖啡的注意事项。 3. 了解摩卡壶制作咖啡的原理。 4. 了解摩卡壶制作咖啡流程。	能熟练利用摩卡壶及相关器具制作咖啡。
注意事项	1. 重点掌握法压壶、虹吸壶和摩卡壶的制作流程。 2. 理解握法压壶、虹吸壶和摩卡壶制作咖啡的的原理	

项目三：温馨浪漫花咖啡

项目分解	任务一：热咖啡制作 任务二：冰咖啡制作	
教学要求	1. 能制作卡布基诺咖啡 2. 能制作热拿铁咖啡 3. 能制作皇家咖啡 4. 能制作爱尔兰咖啡 5. 能制作彩虹冰咖啡 6. 能制作冰拿铁咖啡。	
素材准备	准备浓缩咖啡机、奶泡机、奶油枪、各式咖啡豆、威士忌等。	
参考课时	12 课时	
学习过程		
任务	知识要求	技能要求
任务一 热咖啡制作	1. 了解卡布基诺咖啡的由来。 2. 掌握制作卡布基诺咖啡的流程。 3. 了解热拿铁咖啡的背景故事。 4. 掌握制作热拿铁咖啡的流程。 5. 掌握制作皇家咖啡的流程。 6. 了解爱尔兰咖啡的由来。 7. 掌握爱尔兰咖啡的制作流程。	1. 能制作卡布基诺咖啡 2. 能制作热拿铁咖啡 3. 能制作皇家咖啡 4. 能制作爱尔兰咖啡
任务二 冰咖啡制作	1. 掌握彩虹冰咖啡的制作流程及要点。 2. 掌握冰拿铁咖啡的制作流程。	1. 能制作彩虹冰咖啡 2. 能制作冰拿铁咖啡
注意事项	1. 重点掌握卡布基诺、拿铁、皇家咖啡、爱尔兰咖啡的制作方式。 2. 了解咖啡背后的文化背景。	

项目四：咖啡厅的经营与管理

项目分解	任务一：咖啡厅的经营与管理（一） （二） 任务三：咖啡厅的经营与管理（三）	任务二：咖啡厅的经营与管理
------	---	---------------

教学要求	1. 认识咖啡厅的吧台设置 2. 认识咖啡厅的桌椅摆放 3. 认识咖啡厅的收银与点餐系统
素材准备	
参考课时	6 课时
学习过程	
注意事项	1. 重点掌握咖啡厅的吧台设置。

四、检测评价

学生学习成绩的评定,以学生平时表现、任务完成情况以及最终考核来核定。

- (1) 平时表现 10% (出勤、学习态度、作业、创新意识)。
- (2) 项目考核 (40%)
- (3) 综合考核 (50%)

在规定时间内,学生独立完成一种指定咖啡的调制。要求穿着合理,礼仪到位,调制手法熟练、优雅,调制的咖啡外观具有观赏性,口味、香气符合要求。

序号	评分点	技术要求	分值	记分标准	扣分说明
1	整体印象	紧扣赛题要求,作品必须是指定的咖啡类型。干净度(缺点与污损的缺陷味道)要达标。	15分	整体效果(8分);作品符合指定要求(4分);干净度较好(3分)。	整体效果有缺陷扣4—8分;干净度较差扣1—3分,作品不符合指定咖啡类型扣4分。
2	风味色	均衡度是否达标;啜吸风味是否符合指定咖啡要求;余味停留时间	50分	均衡度达标(15分);啜吸风味符合要求(20分);	均衡度不达标扣5-15;啜吸风味不符合要求扣5-20分;余味停留时间不长扣3-10

序号	评分点	技术要求	分值	记分标准	扣分说明
	色泽	长短；整体色泽是否饱满。		余味停留时间（10分）； 色泽饱满程度（5分）； 。	分；色泽饱满度不够扣2-5分。
3	操作过程	动作流畅，井然有序；咖啡器具使用规范、合理；时间分配合理。	25分	动作流畅度（12分）；器具使用规范性（8分）；时间安排合理（5分）。	动作不够流畅扣3-12分；器具使用不规范扣2-8分；时间安排不合理，超时扣1—5分。
4	穿着仪态	穿着合理；仪态大方；举止优雅。	10分	穿着合理（4分）； 仪态大方（3分）； 举止优雅（3分）。	穿着不合理，衣服搭配不合理扣1-4分；仪态不够大方扣1-3分；举止僵硬，不够优雅扣1—3分。
合计		100分			

五、资源要求

1. 因国内专业咖啡教材缺乏，建议在参考相关咖啡理论书刊的基础上自编咖啡教材。
2. 参考书目：《咖啡实用技艺》、《精品咖啡学》等。
2. 本课程的理论授课教室应配有多媒体投影设备。
3. 本课程实训场地主要为咖啡厅实训室，要求专业设备齐全、水电设施完备。
4. 有合作企业提供学生实操环境。

《咖啡吧运营与管理实战》授课计划表

2017/ 2018 学年第 一 学期

任课教师				任教课程		咖啡吧运营与管理实战						
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
咖啡职业经理人班					《咖啡实用技艺》			秦德兵			《精品咖啡学》	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想： 形成性考核占50% 终结性考核占50%	
					总课时	其 中						机 动
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排		
32	0	32	16	2	32	10	0	22	0	0	0	
<p>(一) 教学性质</p> <p>随着社会的发展与人们生活水平的提高,人们对各式咖啡产品的需求层次与服务层次的要求越来越高。从而,产生了巨大的市场。</p> <p>本课程是酒店管理专业的选修课程,是一门综合性强、实践操作性强的学科,教学全过程采用任务驱动式教学方式的课程。</p> <p>通过本课程的学习,可以使学生系统了解咖啡制作的基础常识;能够进行咖啡豆、咖啡设备、咖啡种类等基础性的鉴别;能够熟练进行咖啡的研磨、烘焙、调制等高水平的服务;掌握咖啡的基础调饮,同时具备较高的职业素质与服务意识。</p> <p>(二) 教学理念</p> <p>1. 本课程的设计以就业为导向,以咖啡调饮为核心,实施体现了“教学做合一”的教学理念。课程的开发与实施以岗位要求和职业标准为参照确定学习目标,以操作过程为基础进行教学内容的选取、重构和序化。通过课堂实训教学任务、顶岗实习真实工作任务为载体开展任务驱动教学,注重学生职业能力开发和职业素养养成。</p> <p>2. 本课程的设计以培养学生具有良好的职业道德、职业操守为目标。在技能教学与理论教学的同时,注重培养学生的责任心。</p> <p>(三) 教学设计</p> <p>根据咖啡师工作岗位的工作能力要求,按照从简到繁的认知规律,在教学中从小项目做起,不断让学生体验成功,增强自信。</p> <p>本课程的设计以体现为实践为主、理论为辅,理论与实践一体化的综合性学习任务,</p>												

其中糅合了初、中级咖啡师职业技能考证的相关内容，旨能让学生通过这四大项目内容的学习，学生可完成咖啡调饮的典型的工作任务，处理典型的问题情境，具体说来能掌握咖啡厅咖啡调制的基本技能、基本理论和基础知识，能胜任相关的岗位工作。

总课时 32 学时。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	咖啡的制作（一）			2		课程介绍；授课；课堂提问；布置课后作业	咖啡制作
2	咖啡的制作（二）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业	咖啡制作
3	咖啡的制作（三）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业	咖啡制作
4	咖啡的制作（四）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业	咖啡制作
5	咖啡的制作（五）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业	咖啡制作
6	咖啡的制作（六）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业	咖啡制作
7	咖啡的制作（七）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业	咖啡制作
8	咖啡的制作（八）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业；布置考试任务	咖啡制作
9	咖啡的制作（九）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业；布置考试任务	咖啡制作
10	咖啡的制作（十）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业；布置考试任务	咖啡制作
11	咖啡的制作（十一）			2		课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业；布置考试任务	咖啡制作

12	咖啡厅的经营与管理（一）	2				课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业；布置考试任务	经营案例分析
13	咖啡厅的经营与管理（二）	2				课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业；布置考试任务	经营案例分析
14	咖啡厅的经营与管理（三）	2				课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业；布置考试任务	经营案例分析
15	咖啡厅的经营与管理（四）	2				课前提问；授课；课堂提问；布置课后作业；布置考试任务	经营案例分析
16	期末考查	2				期末考查	
共计	总学时	10	22			32	
备注	本表不含节假日。						

院负责人：

教研室主任：

任课教师：

（三）首期物流经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《物流供应链管理》课程

课程名称：物流供应链管理

适用专业：管理类

建议学时：32

一、课程定位

本课程是商务管理专业的一门必修专业课。该课程对商务管理专业学生的职业能力培养与职业素质养成起到重要支撑作用。

前修课程： 物流管理

后续课程： 商管实操轮岗实训

二、课程目标

通过本课程学习，使学生掌握供应链管理和基于供应链进行物流管理的基本理论、基本知识和基本技能，初步具有供应链分析、运作和管理以及基于供应链进行物流管理的能力，培养学生的综合物流管理素质，注重将“大庆精神、铁人精神”融入到教学过程中，培养学生的学习能力、实践能力、创新能力和吃苦精神，在获得品类管理师职业岗位资格证书的同时，逐步具备职业经理人的职业素质。

（一）知识目标

1. 科学文化知识

(1) 掌握供应链管理和基于供应链进行管理的基本理论、基本知识和基本技能；

(2) 初步具有供应链分析、运作和管理以及基于供应链进行管理的能力；

(3) 培养学生的综合物流管理素质；

2. 社会生活知识

(1) 生活中供应链知识的应用；

(2) 了解商贸企业上下游供应商；

3. 专业知识

(1) 正确理解供应链和供应链管理的概念；

(2) 掌握供应链战略与竞争战略的匹配关系，理解供应链驱动要素，并能进行各要素分析；

(3) 了解快速反应（QR）、有效客户反应（ECR）；理解供应链失调和牛鞭效应；掌握供应链协调中的障碍因素及促进协调的方法；

(4) 了解需求管理及其特征，掌握需求预测方法；

(5) 理解通过改善供给管理来实现利润最大化的方法，掌握管理者在制定综合计划时要权衡的问题，熟悉线性规划模型；

(6) 从供应链管理的角度，理解供应链采购管理、供应链库存管理的基本理论；

(二) 能力目标

1. 专业能力

(1) 交流和合作能力；

(2) 信息管理能力；

(3) 分析判断能力；

2. 方法能力

(1) 具有较好的系统思考能力；

(2) 具有较好的应急和应变能力；

(3) 具有较好的分解与整合能力；

(4) 具有较好的逻辑性、合理性的科学思维方法能力；

3. 社会能力

- (1) 具有良好的行为规范的和的职业道德；
- (2) 具有良好的心理素质和身体素质；
- (3) 养成自觉学习和良好的工作态度；

(三) 素质结构

1. 思想素质

热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有科学的世界观、人生观和价值观，具有强烈的事业心和高度的社会责任感。

2. 职业素质

具有忠诚、守信、求实创新、服务奉献的敬业精神，勤奋好学、热爱专业、吃苦耐劳、有事业心和责任感，高尚的职业道德和团队意识，良好的学习观念，安全环保意识，认同石油企业文化，对工作精益求精的科学求实精神，“爱国、创业、求实、奉献”的大庆精神、铁人精神。

3. 身心素质

具有良好的体育锻炼和卫生习惯，达到国家规定的大学生体质健康标准和军事训练标准，具有健康的体魄；对不断变化的技术与社会环境，具有良好的心理适应能力。

三、课程设计思路

1. 教学内容设计思路

本课程内容方面主要分为三部分：

第一部分：基础理论知识，共 10 学时；

第二部分：供应链计划和需求预测的协调和平衡，共 10 学时；

第三部分：供应链实施中的重点要素管理，共 12 学时。

2. 教学组织设计思路

课程设计了 3 个学习模块和 8 个学习性工作任务，对应具体学习性工作任任务，灵活运用情境教学法、任务驱动法、讲授法、案例分析法、讨论法、角色扮演法等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。

3. 教学模式设计思路

本课程以培养学生可持续发展的管理能力和职业素养为目标，在课程设计中贯穿了“以学生为主体，能力为本位”的思想，秉承“模块导向、任务驱动”的理念和思路，让学生在学与做中增强自学能力。

四、课程内容

序号	学习模块	学习任务内容	参考学时
1	基础理论知识	理解供应链	10
		供应链驱动要素	
		供应链运营管理	
2	供应链计划和需求预测的协调和平衡	供应链需求预测	10
		供应链的综合计划	
3	供应链实施中的重点要素管理	供应链采购管理	12
		供应链库存	
		供应链运输管理	

五、教学设计

模块一：基础理论知识		学时：10
模块或任务描述	理解供应链、供应链驱动要素、供应链运营管理	
知识目标	1. 理解供应链；2. 了解供应链的类型和特征；3. 理解企业竞争战略、供应链战略；	
能力目标	专业能力：1. 理解快速反应（QR）、有效客户反应（ECR）；2. 理解供应链失调和牛鞭效应；3. 掌握供应链协调中的障碍因素及促进协调的方法	
	方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力	

		社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神
素质结构		思想素质：热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有科学的世界观、人生观和价值观，具有强烈的事业心和高度的社会责任感
		职业素质：具备“爱国、创业、求实、奉献”的大庆精神、铁人精神
		身心素质：对不断变化的技术与社会环境，具有良好的心理适应能力
教学媒体		多媒体、参考资料
教学地点		442 教室
教学方法		多媒体教学、讲授法、案例教学法
教学过程	教师活动	理论教学
	学生活动	讨论+举例
考核与评价方式		知识考核、教师评价
模块二：供应链计划和需求预测的协调和平衡		学时：10
模块或任务描述		供应链需求预测、供应链的综合计划
知识目标		1. 理解需求分类、特性，了解影响需求的因素；2. 了解需求预测的特点，及提高预测准确性的方法；3. 掌握制定综合计划需要的信息；
能力目标		专业能力：1. 在给定条件下，能对需求进行预测；2. 会使用线性规划模型和 Excel 工具构造并解决基本的综合计划问题
		方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力
		社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神
素质结构		思想素质：热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有科学的世界观、人生观和价值观，具有强烈的事业心和高度的社会责任感
		职业素质：具备“爱国、创业、求实、奉献”的大庆精神、铁人精

	神	
	身心素质：对不断变化的技术与社会环境，具有良好的心理适应能力	
教学媒体	多媒体、参考资料	
教学地点	442 教室	
教学方法	多媒体教学、讲授法、案例教学法	
教学过程	教师活动	理论教学
	学生活动	讨论+举例
考核与评价方式	知识考核、教师评价	
模块三：供应链实施中的重点要素管理		学 时：12
模块或任务描述	供应链采购、库存、运输管理	
知识目标	1. 了解采购在供应链中的作用；2. 掌握自制和外购的优劣势；3. 了解库存在供应链管理中的作用和类型；4. 掌握供应链库存管理方法 5. 掌握各种运输网络设计方案的特点	
能力目标	专业能力：1. 会应用多标准决策模型进行货源寻找和采购决策，并分析结果 2. VMI 和 JMI 的应用；3. 根据实际情况，能对运输设计中的权衡问题做出正确的决策	
	方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力	
	社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神	
素质结构	思想素质：热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有科学的世界观、人生观和价值观，具有强烈的事业心和高度的社会责任感	
	职业素质：具备“爱国、创业、求实、奉献”的大庆精神、铁人精神	
	身心素质：对不断变化的技术与社会环境，具有良好的心理适应能力	
教学媒体	多媒体、参考资料	

教学地点		442 教室
教学方法		多媒体教学、讲授法、案例教学法
教学过程	教师活动	理论教学
	学生活动	讨论+举例
考核与评价方式		知识考核、教师评价

六、考核与评价

考核方式：平时考核+期末考核

(1) 平时成绩考核：包括出勤（10分）、提问（10分）、作业（10分），课堂表现（10分）占总成绩的40%。

(2) 课程结束考核：采用开卷考试方式。

期末考核：采用试卷考核的方法，检验学生对于本学期所学习知识的掌握程度，占总成绩的60%。

总成绩=期末考核（60%）+平时考核（40%）

七、实施与建议

1. 丰富的教学资源库

(1) 助教资源：

课程标准、教材参考、课程 PPT、专业网站。

(2) 助学资源：

课程 PPT、图片库、典型案例。

《物流供应链管理》授课计划

模块一：基础理论知识	学时：10
------------	-------

模块或任务描述		理解供应链、供应链驱动要素、供应链运营管理
知识目标		1. 理解供应链；2. 了解供应链的类型和特征；3. 理解企业竞争战略、供应链战略；
能力目标		专业能力：1. 理解快速反应（QR）、有效客户反应（ECR）；2. 理解供应链失调和牛鞭效应；3. 掌握供应链协调中的障碍因素及促进协调的方法
		方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力
		社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神
素质结构		思想素质：热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有科学的世界观、人生观和价值观，具有强烈的事业心和高度的社会责任感
		职业素质：具备“爱国、创业、求实、奉献”的大庆精神、铁人精神
		身心素质：对不断变化的技术与社会环境，具有良好的心理适应能力
教学媒体		多媒体、参考资料
教学地点		442 教室
教学方法		多媒体教学、讲授法、案例教学法
教学过程	教师活动	理论教学
	学生活动	讨论+举例
考核与评价方式		知识考核、教师评价
模块二：供应链计划和需求预测的协调和平衡		学 时：10
模块或任务描述		供应链需求预测、供应链的综合计划
知识目标		1. 理解需求分类、特性，了解影响需求的因素；2. 了解需求预测的特点，及提高预测准确性的方法；3. 掌握制定综合计划需要的信息；

能力目标	专业能力：1. 在给定条件下，能对需求进行预测；2. 会使用线性规划模型和 Excel 工具构造并解决基本的综合计划问题	
	方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力	
	社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神	
素质结构	思想素质：热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有科学的世界观、人生观和价值观，具有强烈的事业心和高度的社会责任感	
	职业素质：具备“爱国、创业、求实、奉献”的大庆精神、铁人精神	
	身心素质：对不断变化的技术与社会环境，具有良好的心理适应能力	
教学媒体	多媒体、参考资料	
教学地点	442 教室	
教学方法	多媒体教学、讲授法、案例教学法	
教学过程	教师活动	理论教学
	学生活动	讨论+举例
考核与评价方式	知识考核、教师评价	
模块三：供应链实施中的重点要素管理	学 时：12	
模块或任务描述	供应链采购、库存、运输管理	
知识目标	1. 了解采购在供应链中的作用；2. 掌握自制和外购的优劣势；3. 了解库存在供应链管理中的作用和类型；4. 掌握供应链库存管理方法 5. 掌握各种运输网络设计方案的特点	
能力目标	专业能力：1. 会应用多标准决策模型进行货源寻找和采购决策，并分析结果 2. VMI 和 JMI 的应用；3. 根据实际情况，能对运输设计中的权衡问题做出正确的决策	
	方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力	

		社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神
素质结构		思想素质：热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有科学的世界观、人生观和价值观，具有强烈的事业心和高度的社会责任感
		职业素质：具备“爱国、创业、求实、奉献”的大庆精神、铁人精神
		身心素质：对不断变化的技术与社会环境，具有良好的心理适应能力
教学媒体		多媒体、参考资料
教学地点		442 教室
教学方法		多媒体教学、讲授法、案例教学法
教学过程	教师活动	理论教学
	学生活动	讨论+举例
考核与评价方式		知识考核、教师评价

《物流经理人技能素养》课程大纲

前言

在急剧变革的知识经济时代，无论企业，还是个人都必须面对残酷的市场竞争与职场竞争。因此，一个人或一个企业要想生存、发展，就必须要建立持久的竞争优势。

而管理者个人及其企业唯一持久的竞争优势便是比竞争对手学习得更快的能力。因而，在本世纪，个人和企业所面临的主要问题便是学习问题。

从客观情况来看，中国企业与跨国公司相比，之所以会处于竞争劣势，其主要原因是，跨国公司有一大批具有职业素养的管理精英——职业经理人。这些经理人无论是高层经理、中层经理还是基层经理，都基本了解、懂得、掌握一套管理的“规定动作”，并且已养成了习惯，形成了一套职业化的标准。由于有了职业化标准，因此，跨国公司不管把分支机构开到全球的任何一个地方，它都可以“复制”出许多懂得管理的“规定动作”的经理来，执行他们共同的战略、制度

和文化。

而我国企业目前面临的一个最大的问题就是：很多经理人不具有职业素养，他们在职业意识、职业意志、职业知识、职业技能和职业道德诸方面都未能受过正规的训练，他们往往按照自己作为“自然人”的状态或按照自己的风格管理企业和团队，在他们之间没有“规定动作”，因而也就没有职业化标准。由于管理的动作各不相同，这就形成了一个好像不同规格的零件凑合在一起的机器，它能高效运转吗？

很多人认为，管理是一门艺术，但我们觉得管理首先是一门技术。无论是处于哪个层级的经理，首先必须学会管理的“规定动作”，其次才是“自选动作”。

要当好管理者，当好经理，就必须接受职业化训练，学会管理的“规定动作”。不是把我放在经理的位置上，我就是合格的经理，如果是这样的话，那么把我放在飞机驾驶舱里，我就是合格的飞行员吗？这显然是不符合逻辑的。

所以，经理人的职业化训练，其实就是要学会一些管理的“规定动作”，跨国公司是这样培养经理人的，我们的企业也应该这样培养经理人。经理人的成长首先要学会经理人的“规定动作”，才能在企业中相互对接，管理中才能有共同的“语言”和“游戏规则”，企业的战略和制度才能得到长期、稳定、专业的执行。

课程规划

一、课程设计

课程设计分三大部分，即：职业经理的自我管理、职业经理的绩效管理和职业经理的团队管理。三部分共有十项管理技能，必须掌握。自我管理部分有三项基本技能：即角色认知、时间管理和有效沟通。绩效管理部分有三项基本技能，即目标管理、绩效评估和员工激励。团队管理部分有四项基本技能，即领导力、教练、有效授权和团队建设。

二、培训方式

培训方式主要采用讲授法和提问互动法，尤其在课程里安排了大量的互动练习，其目的就是不断实现目标知识点、技能与学员自身和企业现状作对照，

从中找到差距，进而通过学习、通过制定改善提高的行动计划，缩小差距，最终消除差距，实现企业行为的完善和个人素质技能的提高。

三、课程服务

学习不是一蹴而就的，不是灌输了一些知识和概念，做了一些互动就能解决问题的，课程的重点应该关注知识与技能是否真正被学员理解、掌握。因此，课程结束后的辅导工作也是很重要的。

第一部分：职业经理的自我管理

第一讲：正确认识职业经理所扮演的各种角色

（课时：4 课时）

作为一个职业经理人，如果不摆正自己的位置，对自己的角色没有正确地认识，那么，就不可能完全知道：什么事该做，什么事不该做。因此，一切管理首先是从自我管理开始，是从规范自己的观念、态度和行为开始。

一、职业经理人的心智模式和处世原则

- 1、谁都不能摆脱“因果”规律
- 2、需求决定价值，双赢才是成功
- 3、“操之在我”原则
- 4、“肯定他人”的原则
- 5、你变了，世界就变了

二、什么是管理？

- 1、带领别人去把事情一一完成
- 2、把正确的事情做正确
- 3、经理人的价值所在
- 4、管理循环

三、身为下属的职业经理的角色认知

- 1、身为下属扮演什么角色
- 2、身为下属的四项职业准则
- 3、身为下属的职业经理应该避免常犯的几种角色错位

四、职业经理面对平级经理的角色认知

- 1、平级经理的关系是内部客户关系
- 2、内部客户关系管理的障碍
- 3、内部客户关系管理的原则和理念
- 4、内部客户服务的特征
- 5、影响内部客户满意度的关键因素

五、作为上司的职业经理的角色认知

- 1、经理人角色转换后的七大变化
- 2、身为上司的职业经理所扮演的五大角色

第二讲：如何进行高效益的时间管理

（课时：4 课时）

时间与行动的结合产生结果，这是自然规律。因此，高效利用时间是成功管理的衡量标准之一。自然界唯一公平的就是大家拥有的时间是一样的，然而，在使用完全一样多的时间时，不同的人却有不同的结果。

一、认识时间管理的本质

- 1、时钟和罗盘的区别
- 2、执行力与时间管理
- 3、时间管理的三要素

二、三代时间管理模式

- 1、第一代时间管理模式
- 2、第二代时间管理模式
- 3、第三代时间管理模式
- 4、每一代时间管理的优点和缺点

三、第四代时间管理的必要性

- 1、第四代时间管理的理念
- 2、影响选择花费时间的方式的两项主要因素
- 3、哪些事情最重要
- 4、时间管理矩阵分析

四、第四代时间管理的原则

- 1、首要事情放在 首位的原则
- 2、目标 ABC 原则
- 3、计划原则
- 4、执行原则
- 5、习惯的力量

五、时间管理的方法

- 1、时间分析
- 2、要事第一的程序
- 3、周计划
- 4、会议管理
- 5、会见管理
- 6、以原则为中心的时间管理

第三讲：如何做到有效沟通

（课时：4 课时）

沟通技能已被公认为是职业经理人必须要具备的最重要的基本技能之一。不管是进行目标对话、还是进行绩效辅导、还是处理人际关系，职业经理都需要具有较强的沟通能力。

一、什么是沟通

- 1、沟通的概念
- 2、沟通的三大要素
- 3、沟通的两种方式
- 4、沟通的双向交流性
- 5、沟通的三行为：表达、聆听、反馈
- 6、沟通常见的障碍
- 7、高效沟通的基本原则

二、有效沟通第一步——表达

- 1、没有表达就没有沟通
- 2、选择沟通对象的原则

3、是什么决定表达的形式和内容

4、表达的基本策略

三、积极聆听的重要性

1、倾听是沟通成功的首要条件

2、倾听能带来什么好处

3、为什么倾听这么难

4、倾听的五个层次

5、倾听的技巧

四、如何接受和给予反馈

1、什么是反馈

2、反馈的重要性

3、JOHARI 视窗

4、如何给予反馈

5、如何接受反馈

五、如何与上司沟通

1、常见的沟通障碍

2、与上司沟通的形式之一：接受指示

3、与上司沟通的形式之二：汇报

4、与上司沟通的形式之三：商讨问题

5、与上司沟通的形式之四：表示不同意见

六、职业经理之间的沟通

1、经理间的沟通为什么难

2、经理间沟通三种方式：退缩、侵略、积极

3、如何积极的沟通

七、如何与下属沟通

1、常见的沟通障碍

2、与下属沟通方式之一：下达命令

3、与下属沟通方式之二、听取汇报

4、与下属沟通方式之三：商讨问题

5、与下属沟通方式之四：推销建议

第二部分：职业经理如何进行绩效管理

第一讲：如何进行目标管理

（课时：4 课时）

没有目标，所有的工作将失去方向，因此，正确理解目标管理、设定正确的目标、将目标分解并转化成行动计划是职业经理人必须要掌握的重要技能。

一、什么是目标管理

- 1、目标管理的特征
- 2、目标管理的好处
- 3、目标管理中的苦恼

二、目标的设定

- 1、常见的问题
- 2、SMART 原则
- 3、设定目标的步骤

三、目标对话

- 1、常见的问题
- 2、来自下属的阻力
- 3、目标对话

四、从目标到计划

- 1、计划的好处
- 2、制定计划的要点
- 3、常见误区

五、工作追踪

- 1、工作追踪的意义
- 2、工作追踪的五个原则
- 3、工作追踪的步骤与方法
- 4、工作追踪中的问题

5、克服追踪的抗拒

第二讲：如何进行绩效评估

（课时：4 课时）

提起“绩效评估”，更多的人把它理解成分数、评级或评价，其实“绩效评估”是一个循环，它包括了：绩效标准的制定、绩效观察、绩效评价和绩效面谈等具体管理模块。

一、绩效循环

- 1、绩效评估的难点
- 2、传统考核与绩效评估的区别
- 3、为什么要做绩效评估
- 4、职业经理在评估中的角色和作用
- 5、绩效循环

二、绩效标准的设定

- 1、绩效标准是什么
- 2、谁来制定绩效标准
- 3、职业经理如何为下属制定绩效标准

三、绩效观察

- 1、绩效观察中的问题
- 2、绩效观察的步骤和方法

四、绩效评估

- 1、评估中的误区
- 2、《绩效评估表》解读
- 3、《绩效评估表》的使用
- 4、评价绩效的三种方法
- 5、怎样才能让绩效评价过程成功

五、绩效面谈

- 1、常见的问题
- 2、反馈的魅力
- 3、绩效分析

4、绩效面谈

第三讲：如何进行员工激励

（课时：4 课时）

工作绩效受工作能力的限制，同时也受团队士气的影响，因此，如何激励员工也是职业经理感到比较困惑的问题。

一、激励的误区

1、为什么缺乏士气？

2、常见的激励误区

二、探寻激励之源

1、为什么人会做他们做的事

2、为什么员工不做他们该做的事

3、满意的探寻：为什么满意，为什么不满意

4、公平的探寻：为什么不公平

三、激励的资源

1、用于激励的资源（制度层面）

2、用于激励的资源（非制度层面）

四、激励的四个原则

1、公平原则

2、刚性原则

3、时机原则

4、清晰原则

五、激励的五个策略

1、策略一：创造良好的工作气氛

2、策略二：认可与赞美

3、策略三：金钱激励

4、策略四：晋升激励

5、策略五：提升能力激励

第三部分：职业经理如何进行团队管理

第一讲：如何做一个好领导

（课时：4 课时）

一个好的领导，必须具有很强的业务能力、管理能力和领导能力。尤其是领导力，已被越来越多的职业经理人所重视。

一、领导力分析

- 1、权力分析
- 2、权力戒律
- 3、影响力分析
- 4、权力与影响力

二、好领导的八项特质

- 1、要有一颗“公心”
- 2、成为业务的“领头羊”
- 3、诚信
- 4、预见性
- 5、煽动性
- 6、坚持
- 7、亲和力
- 8、关心下属

三、四种领导方式

- 1、领导方式的多样性
- 2、下属的发展的阶段性的
- 3、领导方式分析
- 4、领导方式的运用

第二讲：职业经理怎么当好教练

（课时：4 课时）

职业经理不仅是一个领导者、管理者，同时也是一个教练，特别是在学习能力被提升到企业竞争力的战略高度来看待的时候，职业经理人的教练角色已不容忽视，当然，当好一个教练必须要具备教练技能。

一、做一个好教练

- 1、企业学习和学历教育的区别
 - 2、什么是教练
 - 3、教练的障碍
- 二、教练的目标——塑造行为
- 三、教练的四个策略
- 1、策略一：创造环境
 - 2、策略二：绩效伙伴
 - 3、策略三：激发承诺
 - 4、策略四：善于学习
- 四、教练的方法
- 1、方法一：我示范、你观察
 - 2、方法二：我指导，你试做
 - 3、方法三：你试做，我指导
 - 4、方法四：你汇报，我跟踪
- 五、C5 教练法
- 1、步骤一：激发意愿
 - 2、步骤二：确定问题点
 - 3、步骤三：制定行动计划
 - 4、步骤四：应用与行动、间隔重复
 - 5、步骤五：评估、认可

《物流经理人技能素养》授课计划

第一部分：职业经理的自我管理		学时：12
模块或任务描述	第一讲：正确认识职业经理所扮演的各种角色 第二讲：如何进行高效益的时间管理 第三讲：如何做到有效沟通	
知识目标	职业经理人的心智模式和处世原则、身为下属的职业经理的角色认知、职业经理面对平级经理的角色认知、作为上司的职业经理的角	

	色认知
能力目标	专业能力：什么事该做，什么事不该做。因此，一切管理首先是从自我管理开始，是从规范自己的观念、态度和行为开始。
	方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力
	社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神
教学媒体	多媒体、参考资料
教学地点	17104 教室
教学方法	多媒体教学、讲授法、案例教学法
教学过程	教师活动 理论教学
	学生活动 讨论+举例
考核与评价方式	知识考核、教师评价
第二部分：职业经理如何进行绩效管理	
学 时：12	
模块或任务描述	<p>第一讲：如何进行目标管理</p> <p>第二讲：如何进行绩效评估</p> <p>第三讲：如何进行员工激励</p>
知识目标	正确理解目标管理、设定正确的目标、将目标分解并转化成行动计划是职业经理人必须要掌握的重要技能。
能力目标	目标的设定、目标对话、从目标到计划、工作追踪、绩效标准的设定、绩效观察、绩效评估
	方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力
	社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神
素质结构	多媒体、参考资料
	17104 教室
	多媒体教学、讲授法、案例教学法

教学媒体	教师活动
教学地点	学生活动
教学方法	知识考核、教师评价

第三部分：职业经理如何进行团队管理		学时：8
模块或任务描述	第一讲：如何做一个好领导 第二讲：职业经理怎么当好教练	
知识目标	业务能力、管理能力和领导能力。尤其是领导力，已被越来越多的职业经理人所重视。职业经理人的教练角色已不容忽视，当然，当好一个教练必须要具备教练技能。	
能力目标	领导力分析、好领导的八项特质、四种领导方式、做一个好教练、教练的目标——塑造行为、教练的四个策略	
	方法能力：具有较好的表达能力和沟通能力；具备终生学习、分析问题和解决问题的能力	
	社会能力：具有良好的职业道德及爱国创业精神；具有良好的团队协作精神	
素质结构	多媒体、参考资料	
	17104 教室	
	多媒体教学、讲授法、案例教学法	
教学媒体	教师活动	
教学地点	学生活动	
教学方法	知识考核、教师评价	

《物流企业管理与技能训练》教学大纲

课程性质：考查

适用专业：物流经理人

学时：32

学分：2

一、课程定位和课程设计

（一）课程性质与作用

1. 课程性质 课程是物流经理人学习领域课程，是校企合作开发的基于工作过程的课程。通过本课程的学习，通过本课程的讲授和学习，使学生了解和掌握物流企业管理、物流企业营销管理、物流企业可户服务管理、物流企业人员管理、物流企业设备管理、物流企业货品管理等基础知识，具有从事物流企业基层管理的初步能力和物流企业工作流程的系统管理模式与方法，使学生能在物流企业基层管理中从事实务操作。

2. 课程作用 本课程的功能是培养学生对销售物流的理解和运用。这些都是物流专业最为重要和基本的能力，因此本课程在物流专业中处于非常重要的地位，应当作为专业核心课程和必修课程。物流就其本身而言具有相当强的理论性（基础性）和实践性（技术性），通过本课程的学习，使学生在基础理论、基础知识和基本技能方面得到较好的培养和锻炼。

通过对本课程的学习，能个合理安全的运用物流企业管理在物流当中合理的运用，为学习后续课打下必要时的基础。

（二）课程基本理念

课程开发遵循“设计导向”的现代职业教育指导思想，课程的目标是职业能力开发，课程教学内容的取舍和内容排序遵循职业性原则，课程实行动向导向的教学模式，为了行动而学习、通过行动来学习、校企合作开发课程的“六共同”等。本着就业导向、能力本位 以学生为主体，多元智力的学生观，建构主义的学习观和教学观，树立终身学习的理念，突出课程的职业性、实践性和开放性，紧紧盯住产业需求、牢牢贴近一线服务，专业融入产业、规格服从岗位、教学贴近生产等。

（三）课程设计思路

学习型工作任务的开发与学习型的工作环境结合，需要企业参与制定，一般经历准备、实施和反馈 3 个阶段。学习型工作任务的内容包括：学习型工作的问

题引导,可能的信息线索,个体或团队工作的要求,学习型工作任务的名录,用于评估和演示的标准等等。学习型工作任务的完成过程是对行动、思维及决策进行整合的过程。

本课程的学习环境是实训室、校内生产性实训基地、企业生产现场等场所,根据学习型工作任务的不同,合理地选择学习场所,配备各种必要的工具加工设备和生产线,营造实际工作的情境,提高教学的效果。

二、课程目标

通过本课程的讲授和学习,使学生了解和掌握物流企业管理、物流企业营销管理、物流企业客户服务管理、物流企业人员管理、物流企业设备管理、物流企业货品管理等基础知识,具有从事物流企业基层管理的初步能力和物流企业工作流程的系统管理模式与方法,使学生能在物流企业基层管理中从事实务操作。

(一) 专业知识目标

1. 了解物流企业的涵义和类型、物流企业管理的定义和要素;
2. 了解物流企业营销的含义、任务;
3. 了解物流企业客户服务的内涵、要素及衡量;
4. 了解物流企业人力资源管理的定义、内容以及绩效评估;
5. 了解物流企业设备管理的内容,掌握设备维护与保养的方法;
6. 了解物流企业货品管理中常用的分类方法及原则,掌握货品防霉的常用方法;
7. 了解物流信息的定义、作用、信息系统的功能以及影响信息系统安全的因素;
8. 了解物流企业成本的概念、构成、分类以及成本管理的内容。

(二) 职业能力目标

1. 具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及组织管理的基本能力
2. 具有物流行业管理理论中的基础知识
3. 了解物流企业管理工作规律,具备物流企业基层管理人员应知应会的内容。
4. 了解本学科的理论前沿及发展动态;

(三) 职业素质目标

- 1、具有良好的纪律观念,遵守行业法律法规
- 2、具备吃苦耐劳的精神

- 3、具备良好的成本节约意识
- 4、具有较强的责任心
- 5、具有敬业、奉献的团队精神
- 5、具有敬业、奉献的团队精神（四）方法能力目标

- 1、培养学生谦虚、好学的态度。
- 2、培养学生勤于思考、做事认真的良好作风。
- 3、培养学生自学能力与自我发展能力。
- 4、培养学生创新能力。
- 5、培养学生良好的职业道德。

（五）社会能力目标

- 1、培养学生的沟通能力及团队协作精神。
- 2、培养学生分析问题、解决问题的能力。
- 3、培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风。
- 4、培养学生的自我管理、自我约束的能力。
- 5、培养学生的环保意识、质量意识、安全意识。

三、教学内容标准

（一）基础模块

1. 物流企业管理概述 （1）物流企业 （2）物流企业管理
2. 物流企业营销管理 （1）物流企业营销概述 （2）物流企业营销管理和营销模式
3. 物流企业客户服务管理 （1）物流企业客户服务的内涵 （2）物流企业客户服务的衡量和控制
4. 物流企业人员管理 （1）物流企业人员管理概述 （2）物流企业人员的绩效评估
5. 物流企业设备管理 （1）物流企业设备概述 （2）物流企业设备的保养与维护
6. 物流企业货品管理 （1）货品分类 （2）货品的安全要求
7. 物流企业信息管理 （1）物流企业信息管理概述 （2）物流企业信息安全维

护

8. 物流企业成本管理 (1) 物流企业成本概述 (2) 物流企业成本管理的内容和方法

(二) 选用模块

1. 物流企业管理认知
2. 物流企业经营管理
3. 物流企业营销管理
4. 物流企业物流管理
5. 物流企业技术管理
6. 物流企业人力资源管理
7. 物流企业财务管理
8. 物流企业经济管理

(三) 实践教学模块

1. 物流组织结构设计能力的训练
2. 绩效考评方法能力的训练
3. 开展 5S 活动程序的训练
4. 作业成本核算方法的训练

四、教学实施建议

(一) 教学建议:

1. 以课本为主体, 课堂上以释疑, 讲解基本原理、重点、难点, 让学生掌握基本概念, 指导学生明确教学目标。
2. 用理论联系实际, 寻找一些学生熟悉的案例, 如广西联华物流配送中心、桂中海迅物流有限公司、柳州五菱物流有限公司等, 组织学生讨论。
3. 根据所学的章节到相关的企业进行实地考察, 增强学生的感性认识。
4. 通过作业、讲评作业复习巩固知识

(二) 评价建议:

通过教学引导学生树立正确的学习态度, 采用形成性评价与终结性评价相结合的评价方法, 即平时考核与期末考试相结合。平时考核包括课堂纪律、考勤、作业、

讨论发言等，通过考核，注重学生能力的培养。

（三）课程资源开发与利用建议

在教学中，除了合理有效地使用教科书以外，积极利用企业资源，特别是多媒体光盘资料、各种形式的网络设备、报刊杂志等等。

（四）教材使用建议

教师结合实际教学需要，灵活地和有创造性地使用教材，对教材的内容、编排顺序、教学方法等方面进行适当的取舍或调整。

五、说明

（一）适用范围：

本课程的教学适合职业学校物流管理专业的学习，也可作为相关职业技能培训使用

（二）使用方法：

1. 本课程采用 32 学时教学方案，其中理论讲授为 16 学时，实训和机动为 16 学时（包含到企业进行参观见习）。
2. 本课程采用由柳和玲主编高等教育出版社出版的《物流企业管理实务》作为教学用书。

（三）教学时间安排：

序号	教学内容	课时分配	教学活动安排
1	物流企业管理认知	4	物流实训室 (17-104)
2	物流企业经营管理	4	物流实训室 (17-104)
3	物流企业营销管理	4	物流实训室 (17-104)
4	物流企业物流管理	4	物流实训室 (17-104)
5	物流企业技术管理	4	物流实训室 (17-104)
6	物流企业人力资源管理	4	物流实训室 (17-104)
7	物流企业财务管理	4	物流实训室 (17-104)

8	物流企业经济管理	4	物流实训室 (17-104)
---	----------	---	-------------------

《物流企业管理与技能训练》授课计划表

2015/2016 学年第 二 学期

任课教师		劳健			任教课程		物流企业管理与技能训练						
任课班级					采用教材							参考书名称 与作者	
					名称			作者、出版社					
物流经理人					物流企业管理			上海交通大学出版社				贾瑞峰	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配								课程考核方式设想： 课程报告
					总课时	其 中							
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 习 实 训	单 元 测 验	参 观 见 习	其 他 安 排	机 动	
32			4	8	32	16	4	16					
<p>本课程教学目标和教学设想：</p> <p>学生通过学习该课程，应能掌握现代物流管理的基本知识、基本理论和基本原理，了解现代物流管理在各个方面应用与实践，了解国内外物流管理发展的新技术，新方向和新理论，为专业课的学习和今后的工作打下良好的基础。</p> <p>本课程着重讲述现代物流管理的物流与物流系统、物流管理基本原理、物流企业经营管理、物流企业营销管理、物流企业物流管理、物流企业技术管理、物流企业人力资源管理、物流企业财务管理、物流企业经济管理等热点问题。</p>													

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

序号	教学内容	课时分配	教学活动安排	说明
1	物流企业管理认知	4	物流实训室 (17-104)	
2	物流企业经营管理	4	物流实训室 (17-104)	
3	物流企业营销管理	4	物流实训室 (17-104)	
4	物流企业物流管理	4	物流实训室 (17-104)	
5	物流企业技术管理	4	物流实训室 (17-104)	
6	物流企业人力资源管理	4	物流实训室 (17-104)	
7	物流企业财务管理	4	物流实训室 (17-104)	
8	物流企业经济管理	4	物流实训室 (17-104)	
9				

系负责人:

教研室主任:

任课教师: 劳健

《物流战略管理与技能训练》授课计划表

2016—2017 学年第 一 学期

任课教师	劳健				任教课程	物流战略管理与技能训练			
任课班级					采用教材				参考书名称 与作者
					名称		作者、出版社		
物流经理人班					物流技能训练		王桂花 中国人民大学出版社		物流管理实训
本课	已授	尚余	本学	本课	本学期课时分配				课程考核方式设想:
					总	其中			

程 总 学 时	学 时	学 时	期 教 学 周 时	程 周 课 时	课 时	课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 习 实 训	单 元 测 验	参 观 见 习	其 他 安 排	机 动	
32			4	8	32	14	4	18					

本课程教学目标和教学设想：

学生通过学习该课程，应能掌握现代物流管理的基本知识、基本理论和基本原理，了解现代物流管理在各个方面应用与实践，了解国内外物流管理发展的新技术，新方向和新理论，为专业课的学习和今后的工作打下良好的基础。

本课程以学生为主体，以全面提高学生岗位工作能力为目的，以真实职业活动提炼为主线进行设计，注重实用性、技能性、全面培养学生物流操作及综合管理能力，满足社会对高素质高技能物流人才的需要。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
	物流认知	1		3		讲授、上机操作	
	货物入库管理	1		1		讲授、实训	
	货物库存管理	1		1		讲授、操作软件	
	货物出库管理	1		1		讲授、实训	
	在库管理技能操作	1		1		讲授、上机操作	1
	仓储出库作业	1		1		讲授、实训	
	配送认知	1		1		讲授、操作软件	
	订单配送管理	1		1		讲授、实训	1
	运输基础知识	1		1		讲授、上机操作	

	运输认知	1		1		讲授、实训	
	运输操作	1		1		讲授、操作软件	1
	国际物流管理认知	1		1		讲授、实训	
	国际物流实训	1		1		讲授、上机操作	
	供应链实训	1		3		讲授、实训	1
	合计	14		18			4

教务科：
健

专业带头人：

任课教师： 劳

2017 年创新创业先锋班开设情况

所属学院	先锋班名称	依托专业	本学期开设课程	人数
经济与管 理学院	首期财务经理 人班	会计、财务管理	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、 全面成本管理、真账实操培训、初创企业 税收筹划、财务法律必备与合同审核	40
建筑工 程学院	设计总监班	建筑设计	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、 设计工作室运营实务、建筑设计实务、建 筑装饰设计、园林景观设计	24
经济与管 理学院	第二期“物流 经理人班”	物流管理	公司创业实战、创业融资、物流企业管理 与技能训练、物流经理人素养与技能训 练、物流供应链管理、物流战略管理与技 能训练	34
信息学院	首期电商运营 总监班	电子商务专业	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、 电子商务数据挖掘与分析、互联网产品设 计、阿里巴巴生态圈运营技术、网络新媒 体技术	35
艺术与设 计学院	室内设计师经 理人班	室内艺术设计、 艺术设计、环境 艺术设计专业	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、 施工材料与工艺实战、方案设计技巧培 训、工程预决算实战、软装设计实战、	41
建筑工 程学院	项目经理人班	建筑工程管理	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、 建筑市场调研、建筑企业文化、建筑工 程管理实战、建筑商务谈判技巧培训	28

（一）首期财务经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《全面成本管理》课程

一、基本信息

课程名称：全面成本管理	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用：财务经理人创新创业先锋班	编制人：尹峰、范小荣
审 核 人：张珊	制订时间：2017 年 3 月

二、课程概述

“全面成本管理”是一门全面介绍企业成本管理的理论和方法的课程。企业的成本管理是企业管理体系中的重要组成部分，成本是一个综合性的经济指标，企业各项工作的好坏，都会在成本指标的高低上体现出来。因此，成本管理在企业各项工作中牌非常重要的地位。通过学习成本管理课程，系统地了解成本管理的理论和方法，并将其运用于企业的具体实践中，会收到很好的效果，特别是对学生未来就业创业尤为重要。

三、教学目标

1. 正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对成本管理有一个总体的认识。
2. 掌握成本管理的基本理论和方法，了解成本管理发展的新理论与新思想。
3. 紧密联系实际，学会分析案例，解决实际问题，把理论的学习融入对经济活动实践的研究和认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。真正掌握

课程的核心内容，为提高企业的管理水平特别是成本管理水平服务。

四、教学内容

序号	教学内容	学时
1	成本预测和决策	6
2	成本计划与成本控制	6
3	成本考核	6
4	作业成本管理	6
5	质量成本管理	4
6	战略成本管理	4
7	合计	32

项目一 成本预测和决策

任务一 成本预测

- 一、成本预测概述、
- 二、目标成本的预测
- 三、本量利分析在成本预测中的应用
- 四、产品成本发展趋势的预测

任务二 成本决策

- 一、成本决策概述
 - 二、成本决策方法的实际运用
- ##### 第三节 资本成本管理
- 一、资本成本与企业筹资决策和投资决策
 - 二、资本成本的估算与管理
 - 三、资本成本的应用

教学重点：

目标成本的预测；本量利分析在成本预测中的应用；成本决策方法的实际运用；资本成本与企业筹资决策和投资决策；资本成本估算的一般方法；资本成本在项目成本管理中的应用。

教学要求：

1. 掌握目标成本的预测；本量利分析在成本预测中的应用；资本成本与筹资决策；加权平均资本成本的估算与管理；预测企业最大增量融资限额。

2. 熟悉成本决策方法的实际运用；边际资本成本；资本成本在企业纳税筹划中的应用。

3. 了解成本预测和成本决策的基本概念；资本成本与投资决策；资本成本在企业业绩评价中的应用。

项目二 成本计划与成本控制

任务一 成本计划

一、成本计划的内容、作用和编制步骤

二、成本计划的编制方法

任务二 成本控制

一、成本控制概述

二、定额成本控制

三、标准成本控制

教学重点：

成本计划的编制方法；定额成本控制；标准成本控制。

教学要求：

1. 掌握成本计划的编制方法；利用标准成本进行成本控制的方法。

2. 熟悉利用定额成本进行成本控制的方法。

3. 了解成本控制的基本概念

项目三 成本分析与成本考核

任务一 成本分析

- 一、成本分析的意义、任务和方法
- 二、产品成本分析
- 三、降低成本措施分析
- 四、技术经济指标对单位成本影响的分析

任务二 成本考核

- 一、成本考核的意义和原则
- 二、成本考核的范围和指标
- 三、成本考核的方法和评价

教学重点：

产品成本分析；成本考核的方法。

教学要求：

1. 掌握产品成本分析的方法；成本考核的方法和评价。
2. 熟悉降低成本措施分析。
3. 了解技术经济指标对单位成本影响的分析

项目四 作业成本管理

任务一 适时生产制度

- 一、适时生产制度与传统生产制度的区别
- 二、实施适时生产制度的基本要求
- 三、适时生产制度的运用环境分析

任务二 作业成本法的产生及基本原理

- 一、作业成本法的产生
- 二、作业成本法的基本原理

任务三 作业成本法的基本程序及适用条件

- 一、作业成本法的基本程序
- 二、作业成本法与传统成本计算法的区别
- 三、作业成本法的适用条件
- 四、作业成本法的作用及局限性
- 五、作业成本法举例

教学重点:

适时生产制度; 倒推成本法; 作业成本法的基本程序; 作业成本法举例。

教学要求:

1. 掌握倒推成本法的实例; 作业成本法的基本程序; 作业成本法举例。
2. 熟悉适时生产制度的基本要求; 作业成本法的适用条件。
3. 了解作业成本法的作用及局限性。

项目五 质量成本管理

任务一 产品质量和全面质量管理

一、产品质量

二、全面质量管理

任务二 质量成本的内容及核算

一、质量成本的内容

二、质量成本的核算

任务三 质量成本分析

一、质量成本的分析方法

二、质量成本分析举例

教学重点:

质量成本的内容及核算; 质量成本的分析。

教学要求:

1. 掌握质量成本的内容及核算。
2. 熟悉质量成本分析。
3. 了解质量成本的基本概述。

项目六 战略成本管理

任务一 战略成本管理概述

一、战略成本管理的内涵

二、战略成本管理的意义

三、战略成本管理的目标

四、战略成本管理的特点

任务二 战略成本管理的工具

一、战略定位分析

二、价值链分析

三、成本动因分析

任务三 战略成本管理的实施

一、战略规划、战略成本预测与决策

二、战略成本计划

三、战略成本控制

任务四 战略成本管理的业绩评价

一、战略成本管理业绩评价概述

二、战略成本管理业绩评价的步骤

三、常用的战略成本管理业绩评价指标

任务五 战略成本管理制度的维护

一、企业对战略成本管理制度外部维护

二、战略成本管理制度本身的维护

教学重点：

战略成本管理的工具；战略成本控制；战略成本管理业绩评价。

教学要求：

1. 掌握战略成本管理的三大工具；战略成本控制的方法；战略成本管理业绩评价方法。

2. 熟悉战略成本计划。

3. 了解战略成本管理制度的维护

五、教学方法与教学形式建议

1. 要系统、全面、准确地阐述成本管理的基本原理和实务，在原理的阐述和案例的列举中要多联系中国实际，使之既忠实于学科原貌，又通俗易懂。

2. 增加案例教学的比重，文字教材、课件中都要突出典型案例的剖析。同时安排必要的作业和实训，给学生接触实际、动手分析的机会。

六、主要教学资源要求

(一) 教师要求

1. 具有扎实的财务理论功底和一定的成本管理工作经历，熟悉国家相关财经法规知识和财务工作流程。
2. 能够示范操作各种单证填制、各税种的纳税申报和税款缴纳工作。
3. 能够指导学生采用行动导向、案例教学法、启发式教学法、比较分析法等多种教学方法进行企业相关经济业务成本管控的示范教学。

(二) 学习场地、设施要求

1. 学习场地：教学公司。
2. 设备要求：①办公文具、电脑等；②实训资料，如真实的经济业务资料，以及其他相关资料。

《全面成本管理》授 课 计 划 表

2016/ 2017 学年第 2 学期

任课教师		范小荣等 6 人			任教课程		全面成本管理					
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
财务经理人班												
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想： 按学生完成实际工作的质量进行评定，主要为形成性考核
					总课时	其 中						
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排	机 动	
32	0	32	8	4	32	10		22				

本课程教学目标：

“全面成本管理”是一门全面介绍企业成本管理的理论和方法的课程。企业的成本管理是企业管理体系中的重要组成部分，成本是一个综合性的经济指标，企业各项工作的好坏，都会在成本指标的高低上体现出来。因此，成本管理在企业管理各项工作中牌非常重要的地位。通过学习成本管理课程，系统地了解成本管理的理论和方法，并将其运用于企业的具体实践中，会收到很好的效果，特别是对学生未来就业创业尤为重要。

通过本课程的学习，学生能运用课程的基本原理和方法，具备成本管理的基本能力。具体如下：

1. 正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对成本管理有一个总体的认识。
2. 掌握成本管理的基本理论和方法，了解成本管理发展的新理论与新思想。
3. 紧密联系实际，学会分析案例，解决实际问题，把理论的学习融入对经济活动实践的研究和认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。真正掌握课程的核心内容，为提高企业的管理水平特别是成本管理服务水平。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课 程 教 学 进 度 表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	成本预测和决策	2		4		案例教学、小组讨论、动手实操	
2	成本计划与成本控制	2		4		案例教学、小组讨论、动手实操	
3	成本考核	2		4		案例教学、小组讨论、动手实操	①货币资金业务实训

4	作业成本管理	2		4		案例教学、小组讨论、动手实操	
5	质量成本管理	1		3		案例教学、小组讨论、动手实操	②坏账准备业务专项练习
6	战略成本管理	1		3		案例教学、小组讨论、动手实操	④发出材料计价方法专项练习
合计		10		22			

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

《真账实操培训》课程

一、课程基本信息

课程名称：真账实操培训

学 分：2

课程代码：

学 时：32

适用专业：财务经理人班

编者：张珊

审核人：

编制时间：2017.03

二、课程概述（性质、任务和基本要求）

真账实操培训课程以培养会计综合职业能力和品德素养为宗旨，综合运用会计专项技能和信息技术方法，在企业会计环境中，按照会计职业岗位分工，进行企业经济业务的会计处理。课程以真实公司的会计业务为背景，以基础会计、财务会计、成本会计、税务会计基本理论和方法为指导，由老师指导学生处理真实公司会计业务，完成从记账凭证的填制、登记账簿到报表的编制全部会计循环，提高学生会计实践技能。

三、教学目标

(一) 能力目标: 通过培训, 使学生提高会计综合职业能力, 包括专业能力、社会能力和方法能力。具体包括:

1. 能根据会计制度规定和企业实际需要合理设置会计账簿;
2. 能按会计工作规范要求填制和审核会计凭证, 正确进行各类经济业务的账务处理;
3. 能按会计工作规范要求登记会计账簿, 包括总账、明细账和日记账;
4. 能按会计工作规范要求正确进行期末对账与结账;
5. 能根据完成结账的会计账簿等有关资料正确编制资产负债表和利润表;
6. 能根据资产负债表和利润表完成简单的财务分析;
7. 能编制主要税种的纳税申报表。

(二) 知识目标: 掌握会计核算的程序与规则; 掌握企业各类主要经济业务的核算方法; 掌握财务软件的操作方法。具体包括:

1. 熟悉会计核算的有关规定, 掌握建账、填制与审核会计凭证、登记会计账簿、编制会计报表的方法;
2. 熟悉各类经济业务的核算方法;
3. 熟悉工资费用的归集和分配方法;
4. 掌握产品生产成本的核算方法;
5. 掌握会计报表与纳税申报表的编制方法;

(三) 其他目标

1. 遵守财经法规和企业内部规章制度;
2. 养成认真、严谨、细致的工作态度;
3. 培养团队沟通与协作协调能力。

四、教学内容

(一) 内容模块

课程项目及学时分配

模块名称	子项目	学时
真实公司的账务资料	认识企业及会计工作	2
	建立会计账簿	2
	日常经济业务处理	14

	成本核算	4
	期末账务处理	6
	会计报表与纳税申报表编制	4
合计		32

（二）教学安排

1 项目 1：认识企业及会计工作（学时：2 学时）

1.1 任务

了解各公司的基本情况、熟悉会计岗位与工作流程，清楚公司会计核算方法及财务管理制度。

1.2 能力目标

1.2.1 通过本项目的实训，使学生能够充分认识到开展一个企业的会计工作，应该从认识企业和了解企业会计工作制度开始。

1.3 知识目标

1.3.1 了解企业会计制度对经济业务处理的影响和作用；

1.4 教学方法建议

1.4.1 指导学生阅读公司资料、公司账户资料、公司纳税资料，了解这些信息对日后经济业务处理的作用；

1.4.2 指导学生阅读会计核算方法及财务管理制度资料，了解企业内部会计制度，并认识到这些信息对日后经济业务处理在会计方法和政策选择上的影响；

1.4.3 老师可灵活使用讲授法、案例法、答疑法、演示法、讨论法。

1.5 实训成果

1.5.1 对企业基本信息和会计制度的基本掌握；

2 项目二：建立会计账簿（学时：2 学时）

2.1 任务

2.1.1 按照会计法规及经济核算的需要手工开设总分类账簿、登记期初数据；

2.1.2 按照会计法规及经济内容核算的需要手工开设明细分类账簿、登记

期初数据；

2.1.3 按照会计法规及现金、银行存款核算的需要手工开设现金、银行存款日记账、登记期初数据；

2.2 能力目标

2.2.1 通过本项目的实训，学生能根据资料建立账簿文件，设置企业会计科目，并登记期初数据。

2.3 知识目标

2.3.1 理解不同性质的账户所使用的不同的明细账页。

2.4 教学方法建议

2.4.1 要求学生根据“各公司账户余额”开设资产类、负债类、所有者权益类、成本类科目总账账簿，登记期初余额；

2.4.2 要求学生根据“各公司 1-11 月份损益类账户发生额”开设损益类会计科目总账账簿，登记 1-11 月累计发生额；

2.4.3 要求学生根据开设不同格式的明细分类账簿，登记期初余额；

2.4.4 要求学生根据“库存现金”和“银行存款”相关信息开设现金日记账、银行存款日记账，登记期初余额。

2.4.5 老师可灵活使用讲授法、案例法、答疑法、演示法、讨论法。

2.5 实训成果

2.5.1 要求开设的会计账簿和账页。

3 项目三：日常经济业务处理（学时：14 学时）

3.1 任务

各公司 2016 年 1—12 月发生了数笔有关银行借款、接受投资、存货采购、取得固定资产和无形资产、销售商品等日常经济业务。

3.2 能力目标

通过本项目的实训，学生能够能按会计工作规范要求填制和审核会计凭证，正确进行各类日常经济业务的账务处理。

3.3 知识目标

3.3.1 掌握原始凭证、记账凭证的填制方法和要求、审核方法和要求；

3.3.2 掌握日常经济业务的会计处理方法；

3.3.3 掌握科目汇总表的编制方法；

3.3.4 掌握日记账和各种不同性质、种类的明细账、总账的登账方法，并从登记过程中体会科目的性质，及账页的特征。

3.4 教学方法建议

3.4.1 要求学生审核各个日常经济业务的原始凭证，并根据审核无误的原始凭证，编制记账凭证；

3.4.2 要求学生审核各个日常经济业务的记账凭证，并根据审核无误的记账凭证，及时登记日记账、逐笔登记所开设的明细账；

3.4.3 要求学生按照企业登记总账的要求，每 10 天完成一次科目汇总表，并根据科目汇总表及时登记总账。

3.4.4 老师可灵活使用讲授法、案例法、答疑法、演示法、讨论法。

3.5 实训成果

3.5.1 相关经济业务的会计分录；

3.5.2 上旬、中旬的科目汇总表；

3.5.3 相关会计科目的会计账簿。

4 项目四：成本核算（学时：4 学时）

4.1 任务

各公司各月有关水电费、修理费、计提折旧、职工薪酬和成本费用归集与分配的核算。

4.2 能力目标

4.2.1 通过本项目的实训，学生能够按会计工作规范要求填制和审核会计凭证，正确进行生产费用和产品成本的相关账务处理。

4.3 知识目标

4.3.1 掌握工业企业成本核算的基本方法。

4.4 教学方法建议

4.4.1 要求学生审核各个日常经济业务的原始凭证，并根据审核无误的原始凭证，编制记账凭证；

4.4.2 要求学生审核各个日常经济业务的记账凭证，并根据审核无误的记账凭证，及时登记日记账、逐笔登记所开设的明细账；

4.4.3 老师可灵活使用讲授法、案例法、答疑法、演示法、讨论法。

4.5 实训成果

4.5.1 相关经济业务的会计分录；

4.5.2 相关会计科目的会计账簿。

5 项目五：期末账务处理（学时：6 学时）

5.1 任务

期末经济业务处理包括期末账项调整：计提费用、计算结转本月应交各种税费、资产减值处理、结转损益、计算利润和利润分配；期末对账与结账：账证核对、试算平衡、结账等。

5.2 能力目标

5.2.1 通过本项目的实训，学生能够按会计工作规范要求填制和审核会计凭证、登记账簿，正确进行期末业务的账务处理。

5.3 知识目标

5.3.1 掌握期末账项调整的内容及账务处理的方法；

5.3.2 熟练掌握不同的对账方法；

5.3.3 掌握各种不同性质的账户的结账方法，进一步理解各种账户的性质，明确不同类型的账户的余额方向。

5.4 教学方法建议

5.4.1 要求学生审核各个日常经济业务的原始凭证，并根据审核无误的原始凭证，编制记账凭证；

5.4.2 要求学生审核各个日常经济业务的记账凭证，并根据审核无误的记账凭证，逐笔登记所开设的明细账；

5.4.3 完成最后一句的科目汇总表，据此登记总账。

5.4.4 老师可灵活使用讲授法、案例法、答疑法、演示法、讨论法。

5.5 实训成果

5.5.1 相关经济业务的会计分录；

5.5.2 相关会计科目的会计账簿。

6 项目六：会计报表与纳税申报表编制（学时：4 学时）

6.1 任务

各公司资产负债表的编制与分析、年度利润表的编制与分析；增值税纳税申报表的填制、年度企业所得税纳税申报表的填制。

6.2 能力目标

6.2.1 通过本项目的实训,使学生能够熟练地完成企业主要财务报表和有关纳税申报表的编制,并能进行简单的财务分析。

6.3 知识目标

6.3.1 理解资产负债表、利润表等基本财务报表的编制原理,掌握其编制方法;

6.3.2 掌握企业所得税和一般纳税人增值税申报表的申报要求和填制方法;

6.3.3 掌握基本的财务指标。

6.4 教学方法建议

6.4.1 采用讲授和例题分析、实务操作相结合的教学方式;

6.4.2 这一项目是本课程的总结和提高内容,是前面各项目所学内容会计核算的综合运用。

6.5 实训成果

6.5.1 企业资产负债表、利润表;

6.5.2 企业所得税申报表、增值税纳税申报表;

6.5.3 财务指标分析结果。

五、教学组织形式

1. 利用教学公司条件进行校内实训。

2 每 4 人一个小组,每个小组推选一名组长负责本组的考勤与纪律考核。

3. 教、学、做一体化,以老师讲解为辅,学生实操为主展开训练。

4. 主要教学方法:项目导向法、任务驱动教学法、情景模拟教学法、角色体

验法、案例教学法等。

六、考核方式和考核标准

教学项目考核评价标准

考核项目		考核内容及方法	评分比例%
过程考核	学习态度	根据学生实训期间勤问、勤练、勤思考的表现及团队协作情况等,由教师和学生推荐的民主评议小组评议。	10
	组织纪律	根据学生实训期间出勤情况由教师考核	10
	任务实施	根据学生完成实训任务的数量,由教师和学生推荐的民主评议小组评议	40
结果考核	项目评价	根据学生完成实训项目的质量由教师考核;评价标准由教师制定。	30
	实训报告	根据学生完成实训报告的质量由教师考核;评价标准由教师制定。	10
合 计			100

七、主要教学资源要求

(一) 教师要求

1. 会计专业本科以上学历,且具有会计师以上职称或三年以上会计从业经验。
2. 爱岗敬业,工作细致,责任心强。

(二) 实践场地、设施要求

教学公司、多媒体教学软件、投影仪等。

运用多媒体教学,链接中华会计网校 www.chinaacc.com/,广州财会网 www.gzck.net/,天津会计网 www.tjck.com/中国会计网 www.canet.com.cn/,中国会计视野网 oldblog.esnai.com/等网络课程资源,让学生自主获取知识,拓展教学空间。

《真账实操培训》授课计划表

2016/ 2017 学年第 2 学期

任课教师		曹晟、张珊			任教课程		真账实操培训					
任课班级					采用教材					参考书名称与作者		
					名称		作者、出版社					
财务经理人班												
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想： 形成性考核占80% 终结性考核占20%	
					总课时	其中						
课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测试	其他安排								
32	0	32	4	8	32			32				
<p>本课程教学目标：</p> <p>（一）能力目标：通过培训，使学生进一步提高会计综合职业能力，包括专业能力、社会能力和方法能力。具体包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据会计制度规定和企业实际需要合理设置会计账簿； 2. 能按会计工作规范要求填制和审核会计凭证，正确进行各类经济业务的账务处理； 3. 能按会计工作规范要求登记会计账簿，包括总账、明细账和日记账； 4. 能按会计工作规范要求正确进行期末对账与结账； 5. 能根据完成结账的会计账簿等有关资料正确编制资产负债表和利润表； 6. 能根据资产负债表和利润表完成简单的财务分析； 7. 能编制主要税种的纳税申报表。 <p>（二）知识目标：掌握会计核算的程序与规则；掌握企业各类主要经济业务的核算方法；掌握财务软件的操作方法。具体包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉会计核算的有关规定，掌握建账、填制审核会计凭证、登账簿、编制会计报表的方法； 2. 熟悉各类经济业务的核算方法； 3. 熟悉工资费用的归集和分配方法； 4. 掌握产品生产成本的核算方法； 5. 掌握会计报表与纳税申报表的编制方法； <p>（三）其他目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 遵守财经法规和企业内部规章制度； 2. 养成认真、严谨、细致的工作态度； 3. 培养团队沟通与协作协调能力。 												

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
7	认识企业及会计工作			2		了解公司的基本情况、熟悉公司会计核算方法及财务管理制度	
7	建立会计账簿			2		开设各类账簿、登记期初数据	
7	日常经济业务处理			2		根据业务内容,分析原始凭证,完成会计处理,逐笔序时登记明细账、日记账	
7	日常经济业务处理			2		完成上旬科目汇总表,据以登记总账	
8	日常经济业务处理			2		根据业务内容,分析原始凭证,完成会计处理,逐笔序时登记明细账、日记账	
8	日常经济业务处理			2		根据业务内容,分析原始凭证,完成会计处理,逐笔序时登记明细账、日记账	
8	日常经济业务处理			2		完成中旬科目汇总表,据以登记总账	
8	日常经济业务处理			2		根据业务内容,分析原始凭证,完成会计处理,逐笔序时登记明细账、日记账	
10	日常经济业务处理			2		根据业务内容,分析原始凭证,完成会计处理,逐笔序时登记明细账、日记账	
10	成本核算			2		有关水电费、修理费、计提折旧、职工薪酬和成本费用归集与分配的核算	
10	成本核算			2		有关水电费、修理费、计提折旧、职工薪酬和成本费用归集与分配的核算	

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲	实	实	实		

好的基础。

2. 与其他课程的关系

本课程是先修课程是《经济学基础》，后续课程是《税收筹划》、《审计实务》等，是财务经理人人才培养方案中的专业必修课程。根据相关的应聘应岗能力的要求，本课程提供了从事财务职业的必备法律法规知识和技能，并为学生今后所从事的财务工作奠定坚实的基础。

（一）设计思路

1. 课程设计总体思路

坚持以财务职业岗位能力培养为重点来设计《财务法律必备与合同审核》课程内容并组织教学，以完成会计岗位的实际工作任务为导向组织教学过程，通过经济法理论教学和实践教学融合，强化技能训练，实现会计岗位职业能力的培养。

2. 课程内容确定的依据

本课程以培养学生会计职业岗位能力为核心，根据专业人才培养目标、会计职业岗位能力需求和前后续课程的衔接，参照会计职业资格标准，以必需够用为度，统筹考虑和选取教学内容。体现职业道德培养和职业素养培养的需要，以真实工作任务为载体设计教学过程，采用综合化与模块（项目）化相结合的方式构建课程的内容体系。每一工作任务为一基本模块，每一模块与特定的职业能力培养相结合，整个实训过程以实训任务为载体将以上模块互相交融，以便学生踏入社会后能适应职业岗位（群）的需要。教、学、做相结合，强化学生能力培养。

3. 课时安排说明

《财务法律必备与合同审核》课程安排在第二学期，每周 16 课时，共计 32 课时，在理论教学中有机穿插实践教学。

三、课程目标

学生应该通过财务法律必备与合同审核课程的学习与实训活动，掌握会计核算业务的相关法律知识和岗位技能，强化会计业务处理能力，并养成“诚信为本、操守为重、遵循准则、不做假账”的专业品格，为上岗就业做好准备。

课程目标	具体内容
------	------

知识目标	1. 理解财务会计的目标, 掌握会计工作岗位设置和工作职责。
	2. 掌握税法、企业法和商法的基本规定、一般原理。
	3. 增强学生的会计法律意识及对会计行为的判断能力, 为在会计岗位严格遵守会计与税收法规, 依法行使会计核算与会计监督职能打下较坚实的法律基础。
职业技能目标	1. 掌握税法、企业法和商法的基本规定、一般原理。
	2. 签发票据, 有效地运用会计工作中常见的汇票、本票、支票。
	3. 能运用会计法、消费者权益保护法的相关知识分析、判断、解决和处理实务中一般经济法律问题。
职业素质养成目标	爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则、提高技能、参与管理、强化服务
职业技能证书考核要求	初级会计专业技术资格

四、课程内容与要求

序号	工作任务	课程内容与教学要求	活动设计	参考学时	
				理论	实践
项目一	经济法基础理论	1. 理解经济法、经济法律关系的概念概念、特点 2. 熟悉仲裁、诉讼的适用范围, 行政复议范围与仲裁协议 3. 掌握经济法律关系的构成及其确立, 经济法律责任以及经济纠纷的解决途径	训练经济纠纷的解决途径	3	0
项目二	企业法	1. 了解合伙企业、个人独资企业的概念和特征 2. 理解合伙企业、个人独资企业的权利、义务和责任 3. 掌握合伙企业、个人独资企业的设立条件及事务管理 4. 能草拟合伙协议书 5. 能应用个人独资企业法的原理设立个人独资企业 6. 能处理合伙企业、个人独资企业经营过程中的法律事务, 尤其是财务资金问题	判断合伙协议的合法性	3	2
项目三	公司法	1. 了解公司、有限责任公司、股份有限公司的概念、特征 2. 理解有限责任公司、股份有限公司的设	1. 判别公司的筹资方案的有效性 2. 识别公司董事会	3	2

		立及其组织机构 3. 掌握与财务会计密切相关的股份有限公司的股份（债券）发行与转让，公司会计管理、利润分配的有关内容，公司违法会计行为的法律责任 4. 能解释公司运行过程中出现的与法律规定不吻合的现象 5. 能处理公司运作过程中有关资金筹集、运用、分配等财务问题	会议决议的合法性		
项目四	合同法	1. 了解合同的概念、特征及分类 2. 理解合同成立的条件及合同效力的基本理论 3. 掌握合同的形式及内容，合同的履行、担保、变更、终止及违约责任的基本原理 4. 能按照成立合同的条件草拟合同文本 5. 能应用合同法的基本原理确定合同效力 6. 能对实践中合同的履行、违约等问题提出处理意见	1. 指出合同文本存在的瑕疵 2. 识别合同的效力与追究违约责任	3	2
项目五	市场主体的不正当竞争	1. 掌握不正当竞争的概念 2. 掌握不正当竞争的具体表现形式	1、能辨析法律规定的不正当竞争行为 2、能口述不正当竞争行为的具体表现形式	3	2
项目六	市场主体的产品质量责任	1、掌握产品质量责任的概念 2、掌握企业承担的法律形式	1、能辨析法律规定的属于企业的产品责任 2、能运用法律武器解决因产品质量责任产生的纠纷	3	1
项目七	消费者权益的保护	1、掌握消费者权益保护的概念 2、掌握企业承担的法律形式	1、能辨析法律规定的属于侵害消费者权益的行为 2、能运用法律武器解决生产者、销售者和消费者之间产生的纠纷	3	2
合 计				21	11

五、课程实施

（一）学方法

1. 问题诱导法。对每个教学项目都精心设计了小情景案例作引导，然后就案例提出相关的问题，把教学内容融入到问题之中，通过解决问题的方法达到教学目的。问题诱导教学方法能较好地将知识传授与创新精神的培养融为一体，课堂气氛较为活跃，学生学习更为主动。

2. 案例分析法。为了让学生更加有效地学习经济法理论和实务，每个教学项目均精心设计针对性的案例，通过案例的分析更好地掌握相关的知识，提高分析问题和解决问题的能力。

3. 情景教学与角色扮演法。在理论教学中，利用网络实训平台，进行模拟情景教学与角色扮演。在实验实训中，把学生分为不同的组，互相合作，共同提高。

除了上述几种主要方法外，在教学中还可运用诸如任务驱动与实际操练法，小组讨论法等。

（二）教学评价

1. 突出过程评价与阶段（以教学任务模块为阶段）评价，结合课堂提问、训练活动、阶段测验等进行综合评价。

2. 强调目标评价和理论与实践一体化评价，引导学生改变死记硬背的学习方式。

3. 评价时注重学生动手能力和分析、解决问题的能力，对在学习和应用上有创新的学生应在评定时给予鼓励。

本门课主要讲析财务法律必备与合同审核的基础理论知识，重点培养学生分析实际问题的能力。具体课程考核以职业岗位能力为重点，以职业资格认证为参照标准，知识、能力、素质考核并重，全面改革“期末一张卷”的传统考核方法，建立全程化考核评价体系。课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组成，平时成绩占 50%，期末考试成绩占 50%。平时成绩根据学生平时出勤及课堂提问（20%）、课外作业及阶段性项目实训（30%）等综合评定。

（三）课程资源的开发与利用

1. 多媒体教学手段的应用

积极组织教师开发教学素材，丰富学校的教学资源，如教学材料、实验方案、教学论文、课件、图片、录像带、幻灯片、学生优秀作业和小论文等，形成资源库，实现资源共享。发挥师生的信息源作用，建立稳定的信息交流渠道，如讨论会、微信、QQ 等。

2. 网络资源

参考网站：（1）中国民商法律网 （2）中国法理网 （3）中国财经网 （4）

中国经济法治网 (5) 财税法网。

《财务法律必备与合同审核》授 课 计 划 表

2017/ 2018 学年第 1 学期

任课教师		张珊		任教课程		财务法律必备与合同审核							
任课班级				采用教材					参考书名称 与作者				
				名称		作者、出版社							
财务经理人班													
本课程 总学时	已授 学时	尚余 学时	本 学 期 教 学 周	本 课 程 周 课 时	本学期课时分配						课程考核方 式设想： 形成性考核 占 40% 终结性考核 占 60%		
					总 课 时	其 中							机 动
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排			
32	0	32	2	16	32	21		11					

本课程教学目标：

面向财务经理人班开设的《财务法律必备与合同审核》课程，是该班的核心课程之一。通过本课程的学习，旨在使学生全面和较深入的了解、理解和掌握会计规范，会计职业道德规范，支付结算法规，流转税、所得税、税收征收管理法规以及与财务会计专业密切相关的企业法、公司法、合同法等法律法规的基本规定和要求，为顺利走上会计工作岗位并严格执行会计法律规范和技术规范奠定良好的基础。

学生应该通过财务法律必备与合同审核课程的学习与实训活动，掌握会计核算业务的相关法律知识和岗位技能，强化会计业务处理能力，并养成“诚信为本、操守为重、遵循准则、不做假账”的专业品格，为上岗就业做好准备。

课程目标	具体内容
知识目标	1. 理解财务会计的目标，掌握会计工作岗位设置和工作职责。
	2. 掌握税法、企业法和商法的基本规定、一般原理。
	3. 增强学生的会计法律意识及对会计行为的判断能力，为在会计岗位严格遵守会计与税收法规，依法行使会计核算与会计监督职

		能打下较坚实的法律基础。
职业技能目标		1. 掌握税法、企业法和商法的基本规定、一般原理。
		2. 签发票据，有效地运用会计工作中常见的汇票、本票、支票。
		3. 能运用会计法、消费者权益保护法的相关知识分析、判断、解决和处理实务中一般经济法律问题。
职业素质养成目标		爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则、提高技能、参与管理、强化服务
职业技能证书考核要求		初级会计专业技术资格

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	经济法基础理论	3		0		训练经济纠纷的解决途径	
2	企业法	3		2		判断合伙协议的合法性	
3	公司法	3		2		1. 判别公司的筹资方案的有效性 2. 识别公司董事会会议决议的合法性	
4	合同法	3		2		1. 指出合同文本存在的瑕疵 2. 识别合同的效力与追究违约责任	
5	市场主体的不正当竞争	3		2		1、能辨析法律规定的不正当竞争行为 2、能口述不正当竞争行为的具体表现形式	
6	市场主体的产品质量责任	3		1		1、能辨析法律规定的属于企业的产品	

					责任	
					2、能运用法律武器解决因产品质量责任产生的纠纷	
7	消费者权益的保护	3		2	1、能辨析法律规定的属于侵害消费者权益的行为 2、能运用法律武器解决生产者、销售者和消费者之间产生的纠纷	
合计		21		11		

学院负责人:

教研室主任:

任课教师:

《初创企业税收筹划》课程

课程名称: 初创企业税收筹划	课程代码:	课程类型:
学分: 2	计划学时: 32	实践课时比例: 70%
主要授课方式: 案例教学		考核方式: 考查
适用对象: 财务经理人班学生		
先修课程: 《会计基础》、《财务会计》、《财务管理》		

1. 概述

依法纳税是纳税人应尽的义务,但是很多企业由于内部缺乏税务筹划人才,或是没有聘请外部财税专家进行税务筹划,导致企业不堪税负,甚至严重影响企业的持续经营。而另外还有一些企业采用一些不合法的手段,偷税、骗税、抗税,最终一败涂地。现实中很多企业该缴的税没缴,不该缴的税却缴了,可缴可不缴的税也缴了,不仅企业总体税负很重,而且还存在着严重的纳税风险。因此,本课程主要培养学生涉税经济事项的会计处理能力和申报纳税的能力。

1.1 课程的性质

《初创企业税收筹划》课程主要针对财务经理人班的一门核心课,同时也是一门理论与实践相结合的应用学科课程。它以经济学、管理学为基础,是税收学、会计学、财务管理学、金融学、投资学、法学等学科知识的综合运用。

1.2 课程设计理念

本课程以就业为导向,是在对财会专业所涵盖的岗位群进行任务与职业能力分析的基础上开设的。课程设置以企业所纳税种为主线,根据高等职业院校财会专业学生的认知特点来展示教学内容。在工作任务引领下以案例分析、分组讨论等形式展开教学,使学生真切体会到税务筹划对于企业的重要性。要求学生做学结合、边学边做,以培养学生进行企业税务筹划的能力,提高学生分析和解决企业税务问题的能力,适应该岗位实际运用的需要。

2. 课程目标

本课程的总体目标是通过层次性循序渐进的学习过程,使学生克服对本课程知识的枯燥、相关知识点多、难理解和畏惧感,激发学生的求知欲,培养学生敢于克服困难、终生探索的兴趣。培养学生能够进行企业税收筹划实际操作的基本能力,使学生了解我国企业报税的基本流程和税法领域的发展动态和趋势。

2.1 知识目标

- (1) 税收筹划的原理和基本方法;
- (2) 各税种应纳税种及计算方法简介;
- (3) 各税种享受的税收优惠类型及利用税收优惠进行税收筹划的方法;
- (4) 结合会计、审计等学科内容掌握各税种税收筹划的具体操作方案。

2.2 素质目标

- (1) 较高的政治思想品德素质、良好的职业道德和心理素质;
- (2) 具备一定的税收素养;
- (3) 熟悉《中华人民共和国税收征收管理法》、《中华人民共和国税收征收管理法实施细则》税收法律法规;
- (4) 能在遵守税法、会计法及税收相关法律法规的前提下,利用相关法律法规的政策引导性与规避性进行税务筹划。

2.3 能力目标

- (1) 能对财政税收有一个系统清晰的认识;
- (2) 具备税务筹划岗位所应有的税法、税收相关法律的知识储备;
- (3) 具备应用税务筹划方法、技巧进行税收筹划的专业方法能力;

(4) 会分析企业经营环境和业务流程, 提供税务筹划解决方案, 规避公司税务风险;

(5) 能解答公司内部有关税务方面的日常咨询;

(6) 能触类旁通、及时归纳总结, 为变化了的经济业务找到新的筹划思路与方法。

3. 课程内容和要求

根据工作任务与职业能力分析, 为使学生会干与其工作岗位相关的财政现象分析及税收业务处理工作, 本课程设置了“税收筹划基础知识、增值税税收筹划、消费税税收筹划、营业税税收筹划、企业所得税税收筹划、个人所得税税收筹划、其他税种税收筹划、纳税筹划综合案例”等8个学习项目, 在项目的教学实施中, 进一步分解成若干个学习型工作任务。

学习情境/项目/模块	工作任务	知识要求	技能要求	授课形式	学时安排
税收筹划的基本理论	1. 认识税收筹划基本理论 2. 税收筹划的方法、步骤	能够理解税收筹划的定义, 掌握税收筹划的特点和原则, 了解税收筹划的原则, 熟悉税收筹划的分类等。通过本章学习, 要求学生对本课程的概貌有所了解, 为以后各章的学习奠定基础。	能认识税收筹划, 了解其概念、及内容, 能大致讲述税收筹划的起源和发展过程, 从理论上解释了税收筹划的理论基础, 从而拓宽学生的知识面和考虑问题的角度, 并在理论上论证了设立该课程的的必要性。	讲授案例	3
增值税税收筹划	1. 增值税税收筹划概述 2. 增值税税收筹划的策略与方法分析 3. 制药企业增值税税收筹划案例分析	认识增值税基本的征收管理, 识记增值税的税收优惠政策, 掌握增值税的计算, 掌握增值税纳税人身份选择、混合销售的税收筹划、购货对象选择的税收筹划、运费的税收筹划、折扣方式的税收筹划、代销方式的税收筹划。	能认识增值税, 熟悉税收优惠政策, 工作中能够熟练运用增值税相关规定和优惠政策进行筹划。	讲授案例讨论	6
消费税筹划	1. 消费税税收筹划概述 2. 消费税税收筹划的策略与	能掌握消费税规避纳税义务的筹划、消费税缩小税基的筹划、消费税适用低税率的筹划、消费税延迟纳税筹划、充分利用消费税优惠政策的筹划。	能认识消费税, 了解其计算, 能熟悉税收优惠政策, 工作中能够熟练运用消费税相关规定和优惠政策进行筹划。	讲授案例	6

	方法分析 3. 白酒企业消费税税收筹划案例分析			讨论	
企业所得税筹划	1. 企业所得税税收筹划概述 2. 企业所得税税收筹划的策略与方法分析 3. 集团公司企业所得税税收筹划案例分析	能明确企业所得税的税基及筹划思路、缩小计税收入策略、税前可扣除的成本费用筹划原则、不具备抵税作用的开支项目筹划、限定条件内具有抵税作用的成本费用筹划、在多个纳税期缓慢抵税的成本费用筹划、可超额扣除的成本费用筹划、通过关联企业影响所得税税基筹划。	能认识企业所得税，了解其计算，能熟悉税收优惠政策，工作中能够熟练运用企业所得税相关规定和优惠政策进行筹划。	讲授案例讨论	8
个人所得税筹划	1. 个人所得税税收筹划概述 2. 个人所得税税收筹划的策略与方法分析 3. 企业薪酬税收筹划	能认识个人所得税概述；熟悉合理选择组织形式的纳税筹划、费用转移的纳税筹划、个人捐赠的筹划、偶然所得临界点的纳税筹划，掌握均衡发放工资的纳税筹划、全年一次性奖金的纳税筹划、不同类型所得相互转换的纳税筹划、稿酬所得的纳税筹划。	能认识个人所得税，了解其计算，能熟悉税收优惠政策，工作中能够熟练运用个人所得税相关规定和优惠政策进行筹划。	讲授案例讨论	3
税收筹划成本管理和风险管理	1. 税收筹划成本概述 2. 选择 ABC/ABM 管理企业税收筹划成本分析 3. 企业税收筹划的作业成本管理 4. 企业税收筹划风险概述 5. 企业税收筹划风险识别、评估、管理	能对企业税收筹划进行成本分析和风险分析	能认识税收筹划中的成本和风险，做好管理	讲授案例讨论	6
合计					32

4. 课程实施和建议

4.1 课程的重点、难点及解决办法

本课程的重点是各税种的税收筹划方法的掌握，难点在项目二、项目三和项目四，各税种的税收筹划方法的具体运用上。税收筹划是一门综合性比较高的课

程，需要的知识点比较全面，同学们很难独立的找到比较好的筹划方案；税收筹划的实用性比较强，而以前同学们在这方面接触的案例比较少，刚入门的话比较下手。

针对以上学习重点和难点，可以采用下列解决办法：

1. 在课前把这节课需要用到的基础知识点以任务单的形式下发到学生手中，或者在上节课就以作业的形式要求学生课后去复习这些知识点；
2. 案例讨论时多采用分小组的形式，调动大家的积极性，集思广益；
3. 让学生多上网查找最新的税务筹划的案例，以及那些经典的税务筹划案例，认真学习，写出心得体会然后跟大家分享，这也是强化学生学习的一个过程。

4.2 教学方法和教学手段

4.2.1 教学方法

根据本课程的教学目标要求和课程特点以及有关学情，选择适合于本课程的最优化教学法。综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，本课程选用讲授法、情境教学法、案例教学法和小组讨论教学法等教学法。

1. 项目教学法

本课程根据税收筹划工作任务，基于工作过程将税收筹划教学分成“税收筹划基础知识、消费税税收筹划、消费税税收筹划、企业所得税税收筹划、个人所得税税收筹划”等8个学习项目，采取分项目组织教学，做到工作技能与学习内容相结合，实现“工作式学习，学习式工作”的教学目标。通过真账实训教学使学生在真实环境中教、学、做有效结合，锻炼学生的实际操作技能，规范账页的填写，帮助理论知识的消化，为学生今后走上工作岗位打下良好的基础。

2. 小组讨论法

小组讨论是将学生分成一个一个小组，对问题或者案例进行讨论，讨论完毕、让学生上台演讲，然后由学生提问，最后由老师点评和总结。小组讨论法可以开发学生在课堂教学中的自主性、主动性和创造性，让学生通过自己的努力去发现知识，这种方法既能使学生巩固所学知识，也能锻炼其组织能力、管理能力、发现问题和解决问题的能力。

3. 案例教学法

通过对项目多个税收筹划案例的讲解和实训，可将深奥的专业知识通俗化，

将抽象的专业理论具体化，从而提高学生税收筹划技能。本课程要求很强的实践动手能力，在所有的项目任务中都会引入案例，通过案例引发学习兴趣，明确学习任务，让学生思维由被动变主动；教学案例放在每个单元的课堂教学中，老师讲解和学生学、做相结合，以此锻炼学生的操作技能，以增强学生的学习兴趣、培养学生分析问题、解决问题能力。

4、任务驱动法

以一个具体的工作任务为主线，老师安排学生做。教师从课前准备、教学过程的组织安排到最后答疑解惑、归纳总结，充分体现教师的主导地位；学生从分组讨论、接受任务、分工合作、完成任务到分析总结、提出困惑，充分体现学生的主体地位。整个教学过程实现做学合一。

5、多种教学手段相结合。在教学过程中，采取课堂传授、教学课件、边讲边练、分组讨论、企业实践的教学模式。多种教学手段的运用，有效的提高学生学习兴趣，促进学生职业技能的培养。

4.2.2 教学手段

《初创企业税收筹划》课程采取灵活的教学方法和手段，按照获取信息、计划、实施、评价等工作过程完成每个工作任务的教学任务，并采用多种教学方法和手段。

通过完善的考核制度的督促，加强了学生学习的动力和压力，使之有目标、有针对性的学。利用网络和多媒体教学系统，因为税收筹划过程涉及到的部门和法律法规非常多，而且有些税法制度和政策也在不断调整，因此要求学生通过网络不断浏览各个部门的相关网站，随时了解国家税法的最新政策。同时通过制作电子教案、课件、试题库等，充分利用多媒体技术进行教学，提高课堂的信息量。实物教学，在课堂讲解每个项目内容时，对税务筹划过程中可能涉及到的各种报税单据、完税凭证等，教师通过实际展示，形象直观的向学生传授知识，学生在学习过程中热情很高，学习的效率也就很高。

4.3 教学评价

4.3.1 课程考核方式

《初创企业税收筹划》课程考核采用平时考核+期末考核项结合的形式。其中期末考核方式采用实务的形式，比例占总成绩的 30%；平时考核主要是依据学

生提交的成果、作业、平常表现的结果进行，比例占总成绩的 70%，考核成绩则是项目考核成绩按照一定的权重进行累计。

4.3.2 考核结果说明

本课程每个项目后边都会有一个本项目的案例讨论，当学生完成全部工作任务后，根据上述考核标准给出相应的分值。各分值对应的标准如下：

1. “优秀”标准

综合成绩 90 分（含 90 分）以上为优秀。

2. “良好”标准

综合成绩 80-89 分（含 80 分）为良好。

3. “及格”标准

综合成绩 60-79 分（含 60 分）为及格。

4. “不及格”标准

综合成绩 60 分以下。

4.5 师资条件

要求任课教师必须具有丰富的税务筹划知识（包括理论知识和实践知识）、课程开发能力、基于学生能力培养的教学能力、为社会提供科技服务的能力等，以利于教学和课程的改革。

4.6 推荐学习网站：

国家税务总局官网 <http://www.chinatax.gov.cn/>

《初创企业税收筹划》授课计划表

2017-2018 学年 第 1 学期

课程名称	初创企业税收筹划			课程性质	考查
教研室	财务管理			任课教师	张珊
使用对象	财务经理人班学生				
学时	32	学分	2	使用教材	教师自选案例

教学参考书	
课程目的和要求： 通过讲授与实战，使同学们能够掌握税收筹划基本概念和基本操作技巧；注重税收筹划与企业的战略相结合；密切联系我国的实际情况，对初创型企业进行恰当的税收筹划。	
授课进程安排：	
教 学 内 容	学 时
1 税收筹划的基本理论	3
1.1 税收筹划的概述	
1.2 税收筹划的概念	
1.3 税收筹划的目标	
1.4 税收筹划的原则	
1.5 战略税收筹划的实施步骤	
1.6 战略税收筹划的方法选择	
课后习题	
2 增值税税收筹划及案例分析	6
2.1 增值税税收筹划概述	
2.2 增值税税收筹划的策略与方法分析	
2.3 制药企业增值税税收筹划案例分析	
课后习题	
3 消费税税收筹划及案例分析	6
3.1 消费税税收筹划概述	
3.2 消费税税收筹划的策略与方法分析	
3.3 白酒企业消费税税收筹划案例分析	
课后习题	
4 企业所得税税收筹划及案例分析	8
4.1 企业所得税税收筹划概述	
4.2 企业所得税税收筹划的策略与方法分析	
4.3 集团公司企业所得税税收筹划案例分析	
课后习题	
5 个人所得税税收筹划	3
5.1 个人所得税税收筹划概述	
5.2 个人所得税税收筹划的策略与方法分析	
5.3 企业薪酬税收筹划	
课后习题	
课后习题	
6 税收筹划成本管理	3
6.1 税收筹划成本概述	
6.2 选择 ABC/ABM 管理企业税收筹划成本分析	

6.3 企业税收筹划的作业成本管理	
课后习题	
7 税收筹划风险管理	3
7.1 企业税收筹划风险概述	
7.2 企业税收筹划风险识别	
7.3 企业税收筹划风险评估	
7.4 企业税收筹划风险管理	
课后习题	
合计	32
考核办法：（考查） 平时 70%（作业、出勤、提问等），期末考试 30%	
辅导安排： 2017 年 9 月 9 日 1—8 节 2017 年 9 月 10 日 1—8 节 2017 年 9 月 16 日 1—8 节 2017 年 9 月 17 日 1—8 节 地点：2107	

（二）设计总监班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《设计工作室运营实务》课程

课程类型：专业课

课程性质：理论+实践

适用班级：创新创业“设计总监”先锋班

总学时：32

一、课程概述

（一）课程性质与地位

本课程是创新创业“设计总监”先锋班开设的一门专业核心课。“设计工作室运营实务”是建筑工程学院设计类专业以工作室为主体的“一线三平台”人才培养模式的重要环节，通过工学结合，让学生在校期间参与真实项目，对于提高学生职业技能和职业素养具有重要作用。

（二）课程基本理念与设计思路

以工作室为主体的工学结合人才培养模式是与设计类专业相适应的教育模式。采用项目化教学，学生在工作室完成工作任务，使学生将学习与实践相结合，培养学生的工作能力，提高职业技能，经受职业训练，感受企业文化，提高职业素养，增强学生的就业能力。工作室是一个相对开放的教学空间，工作室负责落实项目任务及常规管理，指导老师负责对学生的指导与考核。该课程任课教师可以由学院教师或工作室企业人员担任。学生在工作室完成项目任务的时间达到本标准规定要求，经考核合格，方可取得学分。设计工作室的工作任务应与教

学计划紧密结合,在第四或第五学期必修课以外的时间内实施,实践内容应与必修课的教学内容对接。本课程是对必修课程的融合、总结与提高,为提高学生综合素质水平、培养学生的社会适应能力、适应未来工作岗位打下坚实基础。

二、课程目标

通过任务引领的项目活动,使学生具备从事本职业的高素质劳动者和高级技术应用性人才所必需的基本技能与职业能力。同时培养学生爱岗敬业、团结协作、吃苦耐劳的职业精神与创新设计意识。

本课程的培养目标如表 1。

表 1 《设计工作室运营实务》要求达到的培养目标

序号	能力	培养目标
1	方法能力	(1) 具有良好的口头及书面表达能力; (2) 能通过各种渠道独立收集、整理相关的设计素材并加以分析、借鉴、改造利用的能力; (3) 具有良好的审美能力和艺术设计素养; (4) 具有较强的自学能力、勇于探索及吃苦耐劳的精神。
2	社会能力	(1) 善于和客户及材料商进行有效沟通,准确把握对方意图; (2) 善于和项目团队合作人员合作,能较好协调处理自己和别人的关系; (3) 具有崇高的职业道德、职业素养。
3	专业能力	(1) 市场调查与分析能力,能制定与实施调研计划,并对结果进行分析。 (2) 设计与样品制作能力,能结合手绘与计算机辅助设计绘制设计方案。 (3) 设计表达能力,能根据设计方案编写设计文案,并能通过 PPT 及口头表达产品特性与设计思路。

三、教学设计

1. 课程内容设计

序号	项目(模块)名称	学时
1	工作室承办大师讲堂系列讲座	8
2	大学生创新创业大赛	12

3	从化尧社一号项目策划竞赛	12
4	合计	32

2. 教学进度设计

工作步骤	工作行为	教学方法建议	学时分配
资讯	学习准备阶段，工作室指导老师下达工作任务。学生了解与工作任务相关的资讯，并根据需要，进行市场调研。	引入典型案例 引导启发	根据具体情况确定
计划	学生分组(4~5人)，分析任务书内容，明确任务，制定若干工作计划，讨论其可行性，并进行合理分工。	任务引领、项目教学 小组讨论、团队合作	
决策与实施	选定一个工作方案，并可在实施过程中加以调整。每个学生按照分工进行设计工作，在实施过程中相互借鉴与讨论。	任务引领、项目教学 小组讨论、团队合作	根据具体情况确定
质量控制	在实施过程中，对已完成的部分进行检查和改进；对完成的过程中的经验和不足进行总结。	指导、检查 提出问题 评讲总结	
评估	依据评价标准，填写项目任务评价表	评讲总结	

四、考核评价

1. 考核评分构成

本课程的学生学业评价采取过程考核的方式，具体评分构成见表 2

表 2 考核评分构成汇总表

序号	学习任务	职业素质	专业能力	合计	占总成绩比例
1	工作室承办大师讲堂系列讲座	30	70	100	33.3%
2	大学生创新创业大赛	30	70	100	33.3%
3	从化尧社一号项目策划竞赛	30	70	100	33.3%

2. 考核评分方式

每个项目任务要求学生在规定时间内提交物化成果，每个项目任务根据专业能力目标要求的侧重点提出提交成果的要求和考核评分标准，可不尽相同，但不得超出专业能力范围；根据考核评分标准，对学生进行评分。最后再根据各项目任务所占的权重得到课程总评分。

五、教学条件

1. 教学资源：

校企协同育人研发中心、企业驻校工作室、教师工作室、学生创业工作室。企业兼职教师与校内专业教师对学生共同进行指导。

2. 学习场地、设施要求

校内生产性实训室（要有多媒体，支持网络、综合实训软件）和大师工作室、校外实习基地等。

3. 课程资源的开发与利用

1. 注重实验实训指导书和实验实训标准的开发和应用。

2. 建立开放式实验实训中心，使之具备职业技能考核、实验实训、现场教学的功能，将教学与培训教材合一、教学与实训合一，满足高职学生综合职业能力培养的需求。

《设计工作室运营实务》是我院建筑设计专业创新创业“设计总监”先锋班开设的实训课程，根据我院教改情况，本课程的课程标准、整体设计、单元设计处于起步阶段，因此，课程建设情况，教学资料管理方案、考试考核方法研究、教学研究计划、预计取得的成果和课程教学活动等资料都需要收集、整理。计划用一年的时间完善以上资料并归档。

《设计工作室运营实务》授课计划表

2016/2017 学年第 1 学期

任课教师	刘圆圆、文健	任教课程	设计工作室运营实务
任课班级	采用教材		参考书名称与作者

					名称	作者、出版社								
首期设计总监 先锋班					设计工作室运营实务		讲义							
本 课 程 总 学 时	已 授 学 时	尚 余 学 时	本 学 期 教 学 周	本 课 程 周 课 时	本学期课时分配								课程考核方式 设想:	
					总 课 时	其 中							机 动	过程考核 30% 终结考核 70%
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 习 实 训	单 元 测 验	参 观 见 习	其 他 安 排			
32	32	0	16	2	32	8		20			2	2		
<p>本课程教学目标:</p> <p>1. 方法能力目标:</p> <p>(1) 具有良好的口头及书面表达能力;</p> <p>(2) 能通过各种渠道独立收集、整理素材并加以分析、借鉴、改造利用的能力;</p> <p>(3) 具有良好的审美能力和艺术设计素养;</p> <p>(4) 具有较强的自学能力、勇于探索及吃苦耐劳的精神。</p> <p>2. 社会能力目标</p> <p>(1) 善于和客户及材料商进行有效沟通, 准确把握对方意图;</p> <p>(2) 善于和项目团队合作人员合作, 能较好协调处理自己和别人的关系;</p> <p>(3) 具有崇高的职业道德、职业素养。</p> <p>3. 专业能力目标:</p> <p>(1) 市场调查与分析能力, 能制定与实施调研计划, 并对结果进行分析。</p> <p>(2) 设计与样品制作能力, 能结合手绘与计算机辅助设计绘制设计方案。</p> <p>(3) 设计表达能力, 能根据设计方案编写设计文案, 并通过 PPT 及口头表达。</p>														

备注: 相同的教材、进度(周课时)和相同的层次, 只编写一个计划, 如有不同, 则应另编计划。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动 项目安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
6—12	承办大师讲堂系列讲座	4		8		教师布置任务 学生实操	完成项目
9—15	大学生创新创业大赛	4		8		讲授为主 学生小组实操	完成项目
9—18	从化尧社一号项目策划竞赛	4		4		讲授为主 辅以学生实操	完成项目
合计		12		20			

学院负责人:

教研室主任:

任课教师:

（三）第二期物流经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《创业融资》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《物流企业管理与技能训练》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《物流供应链管理》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《物流经理人素养与技能训练》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

其他（略）

（四）首期电商运营总监班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《互联网产品设计》课程

一、课程基本信息

课程名称：互联网产品设计	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用专业：电子商务	编 制 人：赵力
审 核 人：何波	编制时间：2017 年 5 月 10 日

二、课程性质

互联网产品设计包括需求分析、UI 设计、原型设计、互联网产品测试、开发和运营等，适合有志于从事 Web 设计和开发的人员，软件或网站公司的市场开发人员，正在从事互联网工作的创业者或产品经理，尤其适合从事用户分析、交互设计、产品设计、产品策划、视觉设计、前端开发、互联网产品运营、互联网产品测试的相关人员。

三、课程设计

（一）课程目标设计

互联网产品包括需求分析、UI 设计、原型设计、互联网产品测试、开发和运营等。

1. 市场分析：分析环境、用户、竞品，寻找和研究潜在需求。
2. 产品策划：构思和规划产品的定位，明确用户群体和使用场景。

3. 产品设计：梳理和细化产品需求，设计产品架构和功能，定义产品体验和价值。
4. 产品文档：撰写产品从立项到正式上线过程中的各种需求、帮助、说明等文档。
5. 需求实现：沟通和协调团队里的相关同事共同完成需求的研发和上线。
6. 迭代优化：收集反馈、挖掘新需求，对产品进行迭代优化和升级。

1. 能力目标

1. 思考能力：对事物本质规律、基本逻辑的思考能力，例如明白输入法打字快有两种，程序快，和输入准确导致的快，输入准确导致的快也有两个主要原因：词库全、组词效果好。
2. 产品感觉和设计能力：产品感觉是个常被用到的词，例如对产品好用与否的基本判断、对美感的偏好等。
3. 学习能力：对产品经理所用的各类工具很快上手，不用教就用的很好，对所做领域研究的很快。
4. 创新能力：善于发现问题、善于对发现的问题提出创造性的解决方法、快速领悟并学习到对手优点等
5. 执行力：能有效推进项目进展，尤其在资源缺乏、前路不明、困难重重时仍抗住压力推进产品研发。
6. 领导力：能 lead 团队，推动他人高效率的工作。
7. 沟通协调能力：产品涉及多方沟通，否则调动不了做不成 4. 具有移动电子商务的运营和管理能力；
8. 推广营销能力；
9. 建立遵纪守法的行为规范、诚实守信的优良品质、严谨认真的工作态度、团结合作的工作精神；

2. 知识目标

1. 市场及用户研究

- 1.1、市场分析：发现并掌握目标市场和用户需求的变化趋势，对未来几年市场上需要什么样的产品和服务做出预测；

1.2、竞品分析：收集竞争对手的资料、试用竞争对手的产品，从而了解竞争对手产品；

1.3、用户研究：通过定性（用户访谈）、定量（调查问卷）等分析方法对用户需求进行挖掘和分析；

2. 产品规划及设计

2.1、产品规划：确定目标市场、产品定位、发展规划及路线图；

2.2、需求管理：对来自市场、用户等各方面的需求进行收集、汇总、分析、更新、跟踪；

2.3、产品设计：编写产品需求文档，包括业务结构及流程、界面原型、页面要素描述等内容；

2.4、版本管理：维护产品的每个版本的功能列表；

3. 开发及项目管理

3.1、需求确认：组织协调市场、研发等部门，对需求进行评估及确认开发周期；

3.2、项目跟踪：跟踪项目进度，协调项目各方，推动项目进度，确保完成项目按计划完成；向领导及相关部门沟通项目进度；

3.3、产品测试：配合测试部门完成产品的测试工作；BUG 管理；

3. 职业目标

适合有志于从事 Web 设计和开发的人员，软件或网站公司的市场开发人员，正在从事互联网工作的创业者或产品经理，尤其适合从事用户分析、交互设计、产品设计、产品策划、视觉设计、前端开发、互联网产品运营、互联网产品测试的相关人员。

（二）课程教学活动设计

1. 课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	互联网产品基础	4
2	市场及用户研究	4
3	产品规划及设计	4

4	开发及项目管理	12
5	产品运营与市场推广	8
合计		32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1.1	互联网产品的定义与特点	2	掌握什么是互联网产品	互联网产品的定义 互联网产品的特点	介绍互联网产品 产品的定义与特点	
1.2	主流互联网产品分析	2	了解主流互联网产品的特点	博客、微博、论坛、地图、QQ、微信、邮件、相册、电商、浏览器等	分析主流互联网产品的特点	主流互联网产品分析报告
2.1	市场及用户研究	2	掌握研究市场和用户的方法	市场及用户研究	市场及用户研究	市场及用户研究报告
2.2	需求分析与需求管理	2	掌握需求分析方法及文件的编写	需求调研 需求规划 需求的共识 需求管理	需求分析与需求管理	需求分析报告
3.1	互联网产品原型设计	4	掌握互联网产品原型设计流程 熟练使用互联网产品原型设计工具	互联网产品战略规划与产品实现规划 互联网产品的总体设计和详细设计 拟定设计原则及管理规范 产品原型设计工具	互联网产品战略规划与产品实现规划 互联网产品的总体设计和详细设计 拟定设计原则及管理规范 产品原型设计工具	互联网产品原型设计文档
3.2	互联网产品界面与交互设计	4	掌握互联网产品界面与交互设计流程 熟练使用互联网产品界面与交互设计软件	对页面区块的价值分析 用户的页面浏览过程及效果衡量	互联网产品界面与交互设计的流程 互联网产品界面与交互设计软件	互联网产品界面与交互设计方案
4.1	互联网产品经理	4	了解互联网产品经理的工作职责	互联网产品经理的工作职责 互联网产品的开发过	互联网产品经理的工作职责 互联网产品的开	

			掌握互联网产品开发过程及项目管理	程及项目管理	发过程及项目管理	
4.2	互联网应用程序开发基础	4	利用程序设计开发项目所需要的应用程序	java 平台下的互联网产品开发 .net 平台下的互联网产品开发	java 平台下的互联网产品开发 .net 平台下的互联网产品开发	
4.2	互联网产品测试	2	掌握互联网产品测试的流程及方法 熟练使用互联网产品测试工具	互联网产品测试的特点分析 测试环境的搭建与更新 产品测试过程与方法分析 网页：功能测试与可用性测试 网站：功能、可用性、性能安全性与兼容性测试 互联网产品测试工具	互联网产品测试的特点分析 测试环境的搭建与更新 产品测试过程与方法分析 网页：功能测试与可用性测试 网站：功能、可用性、性能安全性与兼容性测试 互联网产品测试工具	
5.1	互联网产品运营	2	具备互联网产品运营能力	互联网产品运营职责与技能要求 不同阶段的产品运营特征分析 互联网产品的运营策略 互联网产品的营销策略	互联网产品运营职责与技能要求 不同阶段的产品运营特征分析 互联网产品的运营策略 互联网产品的营销策略	互联网产品运营方案
5.2	互联网产品的市场推广	4	具备互联网产品的市场推广能力	互联网产品市场推广职责与技能要求 不同阶段的产品市场推广特征分析 互联网产品的市场推广策略	互联网产品运营职责与技能要求 不同阶段的产品运营特征分析 互联网产品的运营策略 互联网产品的营销策略	互联网产品的市场推广方案

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			能力	训练任务	能力目标	训练内容	考核内容与方法

			训练项目				
1	14	2	1.1	市场分析	发现并掌握目标市场和用户需求的变化趋势，对未来几年市场上需要什么样的产品和服务做出预测	市场和用户需求的变化趋势预测	课堂提问 互联网产品的概念与特点
2	14	2	1.2	竞品分析	收集竞争对手的资料、试用竞争对手的产品，从而了解竞争对手产品	了解竞争对手产品	课堂提问 如何分析竞争对手的产品
3	14	2	1.3	用户研究	通过定性（用户访谈）、定量（调查问卷）等分析方法对用户需求进行挖掘和分析	通过定性（用户访谈）、定量（调查问卷）等分析方法对用户需求进行挖掘和分析	课后作业 用户研究报告
4	14	1	2.1	产品规划	确定目标市场、产品定位、发展规划及路线图	确定目标市场、产品定位、发展规划及路线图	课后作业 产品规划图
5	14	1	2.2	需求管理	对来自市场、用户等各方面的需求进行收集、汇总、分析、更新、跟踪	对来自市场、用户等各方面的需求进行收集、汇总、分析、更新、跟踪	课堂作业 用户需求分析
6	15	2	2.3	产品设计	编写产品需求文档，包括业务结构及流程、界面原型、页面要素描述等内容	编写产品需求文档，包括业务结构及流程、界面原型、页面要素描述等内容	课后作业 产品需要报告
7	15	1	2.4	版本管理	维护产品的每个版本的功能列表	维护产品的每个版本的功能列表	
8	15	1	3.1	需求确认	组织协调市场、研发等部门，对需求进行评估及确认开发周期	需求评估及确认开发周期	
9	15	1	3.2	项目跟踪	跟踪项目进度，协调项目各方，推动项目进度，确保完成项目按计划完成 向领导及相关部门沟通项目进度	跟踪项目进度，协调项目各方，推动项目进度，确保完成项目按计划完成	课堂作业 项目进度表
10	15	1	3.3	产品测试	配合测试部门完成产品的测试工作；BUG管理	产品的测试；BUG管理	课堂作业 产品测试

							工具的使用
11	15	2	4.1	流程制定	组织客服、运维部门建立用户问题投诉、意见反馈及其他产品相关的工作流程、分工、响应时间要求	组织客服、运维部门建立用户问题投诉、意见反馈及其他产品相关的工作流程、分工、响应时间要求	课堂作业 投诉处理
12	16	2	4.2	协调沟通	与公司领导、相关部门协调资源、沟通产品发展规划、产品发展现状及问题	协调资源、沟通产品发展规划、产品发展现状及问题	课堂作业 产品发展过程出现的问题及处理
13	16	1	4.3	对外合作	与合作方商讨合作可行性、方案，参与商业合同的编写，跟踪项合作项目的进度、完成	可行性方案，商业合同的编写，跟踪项合作项目的进度	课后作业 编写可行性方案
14	16	1	4.4	问题处理	跟踪产品运营过程中出现的故障、问题，并进行总结、分析，制定解决方法或纳入到产品改进计划 协助市场、客服、运维部门，解答或协调解决用户提出的产品问题	跟踪产品运营过程中出现的故障、问题，并进行总结、分析，制定解决方法或纳入到产品改进计划 解答或协调解决用户提出的产品问题	
15	16	2	4.5	数据分析	组织建立并逐步完善业务数据分析系统，确定数据报表样式，建立日/周/月报制度，整理并定期向相关部门提供产品运营数据；对产品数据进行监控，分析产品运营效果、用户使用行为及需求，以便对产品进行持续性优化和改进	组织建立并逐步完善业务数据分析系统，确定数据报表样式，建立日/周/月报制度，整理并定期向相关部门提供产品运营数据；对产品数据进行监控，分析产品运营效果、用户使用行为及需求，以便对产品进行持续性优化和改进	
16	16	2	4.6	文档编写	建立产品文档库；编写产品相关文档，如产品白皮书、用户手册、客服手册及其他产品相关文档	编写产品相关文档，如产品白皮书、用户手册、客服手册及其他产品相关文档	课后作业 编写产品相关文档，如产品白皮书、用户手册、客服手册及其他产品相

							关文档
17	17	2	4.7	培 训 演 示	编写培训教程，并为公司相关部门、用户进行产品培训、产品演示	编写培训教程	课后作业 编写培训教程
18	17	2	5.1	营 销 支 持	协助营销部门提炼产品的核心价值、卖点、资料，参与制定营销、运营推广方案并提供产品支持	提炼产品的核心价值、卖点、资料，制定营销、运营推广方案	
19	17	4	5.2	市 场 支 持	协助市场部门与各类产品发布、推广及各类市场活动	产品发布、推广	

四、第一次课设计梗概

互联网产品就是指网站为满足用户需求而创建的用于运营的功能及服务，它是网站功能与服务的集成。例如：博客、微博、论坛、地图、QQ、微信、邮件等。

互联网产品的特点

用户主导是核心，产品为王是基石，体验至上是关键，口碑传播定成败。

五、教学组织形式

班级授课，多种教学方式结合

具体组织安排：

第1~6章，讨论职业的分工、通用的设计方法和原则；

第5~16章，分析互联网上常见的功能、服务和应用，如排序、评论和评价、屏幕分辨率和布局等，同时也讨论了部分具体的产品形态，如微博、群组、邮箱、地图、相册、电子商务等。

产品开发包括产品设计、产品策划、交互设计、视觉设计、用户研究、前端开发、网站运营等流程。教师对学生的任务完成情况进行考核评价，作出总结。

六、课程考核方式和考核标准

建立课程教学全过程的跟踪考核评价体系，在教学评价中注重知识、能力、素质并重，强化过程考核评价。将定量评价与定性评价相结合；理论评价和实践

评价相结合；过程评价和结果评价相结合。

总成绩构成

学期总成绩 100 分，其中：学期期末考试 60%，实训成绩（做中学）20%，平时成绩（学中做，知识、技能、态度的考核）20%。

（1）期末考试 60%

期末考试得分=为学期期末卷面成绩×60%

（2）实训成绩（做中学）20%

业务实做得分=各业务实做成绩平均成绩×20%；

（3）平时成绩（学中做）20%

平时成绩得分= 平时知识、技能、态度的考核成绩×20%

学期总成绩=期末考试得分+实训得分+平时成绩得分

七、教学材料

（一）教材或讲义编写建议

要求教材内容丰富，详细，适用高职类学生学习。有相应的视频教学材料，供学生课后观看，理解。同时，附有相应的练习，以便能及时巩固所学知识。

（二）推荐教材

《UCD 火花集 2：有效的互联网产品设计、交互/信息设计、用户研究讨论》

（三）教学参考资料

《互联网产品经理》

八、主要教学资源要求

（一）教师要求

具有互联网产品开发的实战经验

（二）实训场地、设施要求

能上网的机房

（三）课程资源的开发与利用

与当地企业合作，以广州城建职业学院电子商务项目中心为依托，相互借鉴。

《互联网产品设计》授课计划表

2016/2017 学年第 2 学期

任课教师		王光焰、何波		任教课程		互联网产品设计							
任课班级				采用教材							参考书名称与作者		
				名称			作者、出版社						
电商运营总监班				《UCD 火花集 2：有效的互联网产品设计、交互/信息设计、用户研究讨论》			UCD 编著 人民邮电出版社						
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想： 学期总成绩 100 分，其中：学期期末考试 60%，实训成绩（做中学）20%，平时成绩（学中做，知识、技能、态度的考核）20%。	
					总课时	其 中							机 动
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排			
32	0	32	4	8	3	14		18					
<p>本课程教学目标：</p> <p>互联网产品设计包括需求分析、UI 设计、原型设计、互联网产品测试、开发和运营等，适合有志于从事 Web 设计和开发的人员，软件或网站公司的市场开发人员，正在从事互联网工作的创业者或产品经理，尤其适合从事用户分析、交互设计、产品设计、产品策划、视觉设计、前端开发、互联网产品运营、互联网产品测试的相关人员。</p>													

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
14	互联网产品的定义与特点	2				介绍互联网产品产品的定义与特点	

14	主流互联网产品分析	2				分析主流互联网产品的特点	
14	市场及用户研究	2				市场及用户研究	市场及用户研究报告
14	需求分析与管理	2				需求分析与管理	需要分析报告
15	互联网产品原型设计			4		互联网产品战略规划与产品实现规划 互联网产品的总体设计和详细设计 拟定设计原则及管理规范 产品原型设计工具	
15	互联网产品界面与交互设计			4		互联网产品界面与交互设计的流程 互联网产品界面与交互设计软件	
16	互联网产品经理	4				互联网产品经理的工作职责 互联网产品的开发过程及项目管理	
16	互联网应用程序开发基础			4		java 平台下的互联网产品开发 .net 平台下的互联网产品开发	
17	互联网产品测试			2		互联网产品测试的特点分析 测试环境的搭建与更新 产品测试过程与方法分析 网页：功能测试与可用性测试 网站：功能、可用性、性能安全性与兼容性测试 互联网产品测试工具	
17	互联网产品运营			2		互联网产品运营职责与技能要求 不同阶段的产品运营特征分析 互联网产品的运营策略 互联网产品的营销策略	
17	互联网产品的市场推广			4		互联网产品市场推广职责与技能要求 不同阶段的产品市场推广特征分析 互联网产品的市场推广策略	

合计	12		20		
总计	32				

系负责人：

教研室主任：

任课教师：王光焰、何波

《新媒体营销》课程

一、课程基本信息

课程名称：新媒体营销

学 分：2

课程代码：

学 时：32

适用专业：电子商务

编 制 人：王光焰

审 核 人：何波

编制时间：2017年5月16日

二、课程性质

《新媒体营销》课程是高职院校新媒体营销类专业开设的一门专业基础必修课程、专业入门课程。

本课程主要介绍新媒体营销的基本理论、基本知识、基本方法和基本操作技能，为学生后续学习新媒体营销专业课程奠定基础。本课程对于学生新媒体营销职业理想树立、新媒体营销职业判断能力和职业发展能力的形成等都起着至关重要的作用。

三、课程设计

（一）课程目标设计

通过本课程的学习使学生能正确认识新媒体营销职业，熟练掌握新媒体营销的专业知识、操作方法和专业技能，能够从事目前流行的各种运营模式的设计、管理及运营推广工作，并时刻关注本专业的最新发展动态，成为一名具有新媒体营销思维和专业能力的从业人员。

1. 能力目标

1. 具有从事新媒体营销工作专业知识和操作技能；
2. 具有依据企业实际情况，选择推广新媒体营销平台能力；

3. 具有在流行的新媒体营销平台迅速开店的能力；
4. 具有新媒体营销的运营和管理能力；
5. 具有新媒体的推广营销能力；
6. 具有建立遵纪守法的行为规范、诚实守信的优良品质、严谨认真的工作态度、团结合作的工作精神；
7. 具有沟通能力和协调能力。

2. 知识目标

1. 正确认知新媒体营销职业，明确新媒体营销职业要求；
2. 了解新媒体的发展历史及现状；
3. 掌握新媒体营销的专业知识和相关技术；
4. 了解新媒体营销的运营模式和流程；
5. 熟悉各种新媒体营销平台的操作方法；
6. 掌握手机淘宝、微信、微店及 APP 店铺的建立及运营；
7. 了解新媒体的营销策略；
8. 了解新媒体营销的发展趋势。

3. 职业目标

1. 与新媒体营销相关的技术、运营岗位；
2. 与新媒体营销相关的销售及推广岗位；
3. 自主创业。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	新媒体营销基础	4
2	新媒体营销模式案例	8
3	新媒体营销	16
合计		32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可
----	------	----	------	--------	---------	------

	项目名称				展示)
1.1	新媒体营销	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解新媒体营销的应用背景; 2. 掌握新媒体的含义; 3. 熟悉新媒体营销的主要技术 4. 具备移动互联网及新媒体营销的思维方式, 适应行业的发展。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新媒体的概念; 2. 新媒体与传统媒体的区别; 3. WAP、Bluetooth、GPS、LBS、二维码、RFID、移动搜索、APP、Androind、iOS 等概念; 4. 新媒体营销的发展趋势。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 介绍本课程的学习目的及主要内容; 2. 介绍新媒体的发展历史及现状, 阐明本课程的重要性; 3. 提出新媒体营销的概念和特点以及与传统媒体的区别; 4. 讲解新媒体营销领域涉及的技术名词及应用; 5. 介绍新媒体营销的发展趋势, 让学生的职业发展目标更适应行业的发展。
2.1	移动 B2B 运营	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 B2B 新媒体营销的特点和与 B2B 电商的区别; 2. 掌握 B2B 新媒体营销的运营模式和运营流程; 3. 知道 B2B 新媒体营销的营销策略; 4. 熟悉 B2B 新媒体营销运营案例 : 阿里巴巴。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. B2B 新媒体营销的特点和与 B2B 电商的区别; 2. B2B 新媒体营销的运营模式和运营流程; 3. B2B 新媒体营销的营销策略; 4. B2B 新媒体营销运营案例。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. B2B 新媒体营销的特点和与 B2B 电商的区别; 2. B2B 新媒体营销的运营模式; 3. B2B 新媒体营销的运营流程 4. B2B 新媒体营销的营销策略; 5. B2B 新媒体营销运营案例: 阿里巴巴。
2.2	移动 B2C 运营	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 B2C 新媒体营销的特点和与 B2C 电商的区别; 2. 掌握 B2C 新媒体营销的运营模式和运营流程; 3. 知道 B2C 新媒体营销的营销策略; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. B2C 新媒体营销的特点和与 B2C 电商的区别; 2. B2C 新媒体营销的运营模式和运营流程; 3. B2C 新媒体营销的营销策略; 4. B2C 新媒体营销运营案例。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. B2C 新媒体营销的特点和与 B2C 电商的区别; 2. B2C 新媒体营销的运营模式; 3. B2C 新媒体营销的运营流程; 4. B2C 新媒体营销的营销策略; 5. B2C 新媒体营销

			4. 熟悉 B2C 新媒体营销运营案例：天猫。		运营案例：天猫。	
2.3	移动 C2C 运营	2	1. 了解 C2C 新媒体营销的特点和与 C2C 电商的区别； 2. 掌握 C2C 新媒体营销的运营模式和运营流程； 4. 知道 C2C 新媒体营销的营销策略； 5. 熟悉 C2C 新媒体营销运营案例：淘宝。	1. C2C 新媒体营销的特点和与 C2C 电商的区别； 2. C2C 新媒体营销的运营模式和运营流程； 4. C2C 新媒体营销的营销策略； 5. C2C 新媒体营销运营案例。	1. C2C 新媒体营销的特点和与 C2C 电商的区别； 2. C2C 新媒体营销的运营模式； 3. C2C 新媒体营销的运营流程； 4. C2C 新媒体营销的营销策略； 5. C2C 新媒体营销运营案例：淘宝。	
2.4	移动 O2O 运营	2	1. 了解 O2O 新媒体营销的特点和与 O2O 电商的区别； 2. 掌握 O2O 新媒体营销的运营模式和运营流程； 3. 知道 O2O 新媒体营销的营销策略； 4. 熟悉 O2O 新媒体营销运营案例：苏宁易购。	1. O2O 新媒体营销的特点和与 C2C 电商的区别：线上与线下的关系； 2. O2O 新媒体营销的运营模式和运营流程； 3. O2O 新媒体营销的营销策略； 4. O2O 新媒体营销运营案例。	1. O2O 新媒体营销的特点和与 O2O 电商的区别：线上与线下的关系； 2. O2O 新媒体营销的运营模式； 3. O2O 新媒体营销的运营流程； 4. O2O 新媒体营销的营销策略； 5. O2O 新媒体营销运营案例：苏宁易购。	
3.1	手机淘宝	4	1. 知道手机淘宝的重要性及特点； 2. 熟悉手机淘宝的运营与管理； 3. 熟练使用千牛客户端：安装、使用及常用工具； 4. 了解多终端联动的云工作平台 5. 掌握通过手机经营店铺的方	1. 手机淘宝的运营与管理； 2. 熟练使用千牛客户端：安装、使用及常用工具； 3. 手机店铺的管理与优化； 4. 手机店铺的宣传推广与网络营销。	1. 消费者购物行为发生了深刻变化，手机淘宝在网购中比例越来越大； 2. 未来的零售及个人服务将以移动端购买为主； 3. 千牛客户端的安装、使用及常用工具； 4. 多终端联动的云工作平台； 5. 通过手机经营店铺；	

			法; 6. 知道如何对手机店铺进行宣传推广与网络营销。		6. 手机店铺的宣传推广与网络营销。	
3.2	微信电商	4	1. 知道微信的特点及商业机会; 2. 了解微信电商的商业模式及推广方法。	1. 微信朋友圈 2. 微信群 3. 微信公众平台 4. 微信支付 5. 微信小店 6. 微信商城	1. 什么是微信? 2. 微信的特点和商业机遇; 3. 微信电商的商业模式和推广方法。	
3.3	移动微店	4	1. 知道移动微店的特点; 2. 熟悉移动微店的运营与管理; 3. 知道如何对手机移动微店进行宣传推广与网络营销。	1. 手机快速开微店 2. 微店常用设置 3. 微店商品发布 4. 微店客户管理 5. 微店订单管理	1. 什么是移动微店? 2. 微店的特点和商业机遇; 3. 微店的商业模式; 4. 微店的运营管理; 5. 微店的推广方法.	
3.4	APP 商铺	4	1. 知道 APP 商铺的特点; 2. 熟悉 APP 商铺的运营与管理; 3. 知道如何对手机 APP 商铺进行宣传推广与网络营销。	1. APP 商铺的特点 2. APP 开发平台及分类	1. 通过天虹 APP 讲解什么是 APP 商铺; 2. APP 商铺的特点和商业机遇; 3. APP 商铺的设计开发; 4. APP 商铺的运营管理; 5. APP 商铺的用户体验及营销方法。	
3.3	移动广告	4	1. 知道移动广告的特点; 2. 熟悉移动微店的运营与管理; 3. 知道如何对手机移动微店进行宣传推广与网络营销。	1. 微营销 2. 微博 3. 微信 4. 微电影 5. 社会化媒体	1. 移动广告的商业模式 2. 移动广告的发展现状与前景 3. 移动广告的微营销策略 4. 基于奖励的移动广告	

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			能力 训练 项目	训练 任务	能力目标	训练内容	考核内容与 方法
1	1	4	1.1	新媒体 营销	1. 了解新媒体营销的应用背景; 2. 掌握新媒体营销的含义; 3. 熟悉新媒体营销的主要技术; 4. 具备移动互联网及新媒体营销的思维方式, 适应行业的发展。	1. 介绍本课程的学习目的及主要内容; 2. 介绍新媒体营销的发展历史及现状, 阐明本课程的学科地位和重要性; 3. 提出新媒体营销的概念和特点以及与电子商务的区别。 4. 讲解新媒体营销领域涉及的技术名词及应用; 5. 介绍新媒体营销的发展趋势, 让学生的职业发展目标更适应行业的发展。	课堂提问 1. 新媒体营销的概念和特点以及与电子商务的区别; 2. 新媒体营销领域涉及的技术名词解释。
2	3	2	2.1	移动 B2B 运营	1. 了解 B2B 新媒体营销的特点和与 B2B 电商的区别; 2. 掌握 B2B 新媒体营销的运营模式和运营流程; 4. 知道 B2B 新媒体营销的营销策略; 5. 熟悉 B2B 新媒体营销运营案例: 阿里巴巴等。	1. B2B 新媒体营销的特点和与 B2B 电商的区别 2. B2B 新媒体营销的运营模式; 3. B2B 新媒体营销的运营流程; 4. B2B 新媒体营销的营销策略; 5. B2B 新媒体营销运营案例: 阿里巴巴。	课堂作业 在阿里巴巴手机端发布一件商品
3	3	2	2.2	移动 B2C 运营	1. 了解 B2C 新媒体营销的特点和与 B2C 电商的区别; 2. 掌握 B2C 新媒	1. B2C 新媒体营销的特点和与 B2C 电商的区别; 2. B2C 新媒体营销的运营模式;	课堂作业 在天猫手机端发布一件商品

					<p>体营销的运营模式和运营流程；</p> <p>4. 知道 B2C 新媒体营销的营销策略；</p> <p>5. 熟悉 B2C 新媒体营销运营案例：天猫。</p>	<p>3. B2C 新媒体营销的运营流程；</p> <p>4. B2C 新媒体营销的营销策略；</p> <p>5. B2C 新媒体营销运营案例：天猫。</p>	
4	4	2	2.3	移动 C2C 运营	<p>1. 了解 C2C 新媒体营销的特点和与 C2C 电商的区别；</p> <p>2. 掌握 C2C 新媒体营销的运营模式和运营流程</p> <p>4. 知道 C2C 新媒体营销的营销策略；</p> <p>5. 熟悉 C2C 新媒体营销运营案例：淘宝。</p>	<p>1. C2C 新媒体营销的特点和与 C2C 电商的区别；</p> <p>2. C2C 新媒体营销的运营模式；</p> <p>3. C2C 新媒体营销的运营流程；</p> <p>4. C2C 新媒体营销的营销策略；</p> <p>5. C2C 新媒体营销运营案例：淘宝。</p>	<p>课堂作业</p> <p>在淘宝手机端发布一件商品</p>
5	5	2	2.4	移动 O2O 运营	<p>1. 了解 O2O 新媒体营销的特点和与 O2O 电商的区别；</p> <p>2. 掌握 O2O 新媒体营销的运营模式和运营流程；</p> <p>4. 知道 O2O 新媒体营销的营销策略；</p> <p>5. 熟悉 O2O 新媒体营销运营案例：苏宁易购。</p>	<p>1. O2O 新媒体营销的特点和与 O2O 电商的区别：线上与线下的关系；</p> <p>2. O2O 新媒体营销的运营模式；</p> <p>3. O2O 新媒体营销的运营流程；</p> <p>4. O2O 新媒体营销的营销策略；</p> <p>5. O2O 新媒体营销运营案例：苏宁易购。</p>	<p>课堂作业</p> <p>与本地商业企业合作进行店铺运营训练</p>
6	5	4	3.1	手机淘宝	<p>1. 知道手机淘宝的重要性及特点；</p> <p>2. 熟悉手机淘宝的运营与管理；</p> <p>3. 熟练使用千牛客户端：安装、使用及常用工具；</p>	<p>1. 消费者购物行为发生了深刻变化，手机淘宝在网购中比例越来越大；</p> <p>2. 未来的零售及个人服务将以移动端购买为主；</p> <p>3. 千牛：淘宝卖家的必备手机 APP；</p>	<p>课堂作业</p> <p>使用千牛对淘宝手机店铺进行管理</p>

					<p>4. 了解多终端联动的云工作平台；</p> <p>5. 掌握通过手机经营店铺的方法；</p> <p>6. 知道如何对手机店铺进行宣传推广与网络营销。</p>	<p>4. 千牛客户端的安装、使用及常用工具；</p> <p>4. 多终端联动的云工作平台；</p> <p>5. 通过手机经营店铺；</p> <p>6. 手机店铺的宣传推广与网络营销。</p>	
7	6	4	3.2	微信电商	<p>1. 知道微信的特点及商业机会；</p> <p>2. 了解微信电商的商业模式及推广方法。</p>	<p>1. 什么是微信？</p> <p>2. 微信的特点和商业机遇；</p> <p>3. 微信电商的商业模式和推广方法。</p>	<p>课堂作业</p> <p>通过微信朋友圈对手机店铺进行推广</p>
8	7	4	3.3	移动微店	<p>1. 知道移动微店的特点；</p> <p>2. 熟悉移动微店的运营与管理；</p> <p>3. 知道如何对手机移动微店进行宣传推广与网络营销。</p>	<p>1. 什么是移动微店？</p> <p>2. 微店的特点和商业机遇；</p> <p>3. 微店的商业模式；</p> <p>4. 微店的运营管理；</p> <p>5. 微店的推广方法。</p>	<p>课堂作业</p> <p>建立手机微店并对店铺进行管理</p>
9	7	4	3.4	APP 商铺	<p>1. 知道 APP 商铺的特点；</p> <p>2. 熟悉 APP 商铺的运营与管理；</p> <p>3. 知道如何对手机 APP 商铺进行宣传推广与网络营销。</p>	<p>1. 什么是 APP 商铺？</p> <p>2. APP 商铺的特点和商业机遇</p> <p>3. APP 商铺的设计开发；</p> <p>4. APP 商铺的运营管理；</p> <p>5. APP 商铺的用户体验及营销方法。</p>	<p>课堂作业</p> <p>设计一个手机 APP 的店铺</p>
10	8	4	3.5	移动广告	<p>1. 知道移动广告的特点；</p> <p>2. 熟悉移动微店的运营与管理；</p>	<p>1. 什么是移动微店？</p> <p>2. 微店的特点和商业机遇；</p>	<p>课堂作业</p> <p>设计一个移动广告并进</p>

					3. 知道如何对手机移动微店进行宣传推广与网络营销。	3. 微店的商业模式; 4. 微店的运营管理; 5. 微店的推广方法.	行推广
--	--	--	--	--	----------------------------	---	-----

四、第一次课设计梗概

《新媒体营销》是一门为适应互联网及电子商务的发展而设置的一门新课程, 要让学生在掌握互联网和电子商务和相关知识和技能的基础上, 对这门在电子商务领域占越来越重要的地位的课程给予充分的重视和学习热情, 以适应行业的发展, 以便更好地进行专业学习和职业规划。

因本课程为新兴专业和新开课程, 因此要求教师在教学过程中及时掌握本行业及本专业的发展动态, 为教学提供更新更符合实际的教学内容和案例, 同时也要关注学生对知识的理解和掌握程度, 随时调整教学内容及进度。

部分实训内容需要与其它单位合作, 要求在课程开始前与合作单位做好沟通和协调, 保证教学任务的顺利进行。

五、教学组织形式

班级授课, 多种教学方式结合

具体组织安排:

本课程分为商业分析、模式案例和应用实战三大部分,

第一部分(第1节至第12节)以教师讲授为主, 使用PPT形式教学;

第二部分(第13节至第24节)以教师讲授为主, 学生与教师互动, 要求学生积极思考并提出问题, 对案例进行分析, 在PC上安装Android模拟器, 模拟手机环境并安装相应的新媒体营销平台及APP应用软件。

第三部分(第29至第32节)以学生为主, 采用分组方式, 教师辅导学生完成实战训练。在教学过程中教师时刻关注学生的进度, 个别辅导, 解决学生在实训中遇到的问题, 最后完成任务。部分教学内容需要与具有电商平台或店铺的单位合作开展教学。

教师对学生的任务完成情况进行考核评价, 作出总结。

六、课程考核方式和考核标准

建立课程教学全过程的跟踪考核评价体系，在教学评价中注重知识、能力、素质并重，强化过程考核评价。将定量评价与定性评价相结合；理论评价和实践评价相结合；过程评价和结果评价相结合。

1、总成绩构成

学期总成绩 100 分，其中：学期期末考试 50%，实训成绩（做中学）25%，平时成绩（学中做，知识、技能、态度的考核）25%。

（1）期末考试 50%

期末考试得分=为学期期末卷面成绩×50%

（2）实训成绩（做中学）25%

业务实做得分=各业务实做成绩平均成绩×25%；

（3）平时成绩（学中做）25%

平时成绩得分= 平时知识、技能、态度的考核成绩×25%

学期总成绩=期末考试得分+实训得分+平时成绩得分

2、综合实训考核

过程考核占 60%（实习小组（学习小组）考核 30%，指导老师考核 30%），成果评价占 40%。

（1）实习小组互评（30%）

考核项目：出勤守纪 15%、职业道德 15%、适应能力 15%、独立或合作能力 15%、工作表现 20%、业务能力 20%。

注：学生分值乘以 30%。

（2）学校指导老师考核（30%）项目：

考核项目：遵纪守法 10%、出勤情况 10%、职业道德 10%、沟通能力 10%、适应能力 10%、工作态度 10%、工作表现 10%、独立或合作能力 10%、创新能力 10%、分析解决问题能力 10%。

注：分值乘以 30%。

（3）实习成果（40%）考核项目

实训结束要求每个小组提交全部实训资料。

考核项目：

①移动商城搭建 50% (规范搭建移动商城, 并进行合法性、合理性、完整性、有效性进行审核);

②实训报告 50% (实训过程记录、实训成果、心得体会等。要求表述是否清楚, 内容是否完整, 程序是否正确, 是否有自己体会)。

注: 分值乘以 40%。

七、教学材料

(一) 教材或讲义编写建议

要求教材内容丰富, 详细, 适用高职类学生学习。有相应的视频教学材料, 供学生课后观看, 理解。同时, 附有相应的练习, 以便能及时巩固所学知识。

(二) 推荐教材

张国文、马涛, 新媒体营销 (商业分析+模式案例+应用实战), 人民邮电出版社, 2015 年 5 月, 北京

(三) 教学参考资料

姜汝祥, 新媒体营销 中信出版集团, 2015 年 12 月, 北京

八、主要教学资源要求

(一) 教师要求

具有新媒体营销的实战经验

(二) 实训场地、设施要求

能上网的机房

(三) 课程资源的开发与利用

与当地企业合作, 以广州城建职业学院电子商务项目中心为依托, 相互借鉴。

《新媒体营销》授课计划表

2015/2016 学年第 2 学期

任课教师	王光焰、何波	任教课程	新媒体营销
任课班级	采用教材		参考书名称与作者

					名称	作者、出版社							
电商运营总监班					新媒体营销（商业分析+模式案例+应用实战）		张国文、马涛著 人民邮电出版社						新媒体营销 3.0 姜汝祥
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想： 学期总成绩 100 分，其中：学期期末考试 50%，实训成绩（做中学）25%，平时成绩（学中做，知识、技能、态度的考核）25%。	
					总课时	其 中							机 动
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排			
32	0	32			32	8		24					
<p>本课程教学目标：</p> <p>通过本课程的学习使学生能正确认识新媒体营销职业，熟练掌握新媒体营销的专业知识、操作方法和专业技能，能够从事目前流行的各种运营模式的设计、管理及运营推广工作，并时刻关注本专业的最新发展动态，成为一名具有新媒体营销思维和专业能力的从业人员。</p>													

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
13	新媒体营销	4				1. 介绍本课程的学习目的及主要内容； 2. 介绍新媒体的发展历史及现状，阐明本课程的重要性； 3. 提出新媒体营销的概念和特点以及与传统媒体的区别； 4. 讲解新媒体营销领域涉及的技术名词及应用； 5. 介绍新媒体营销的发展趋势，让学生的职业发展目标更适应行业的发展。	1. 新媒体营销的概念和特点以及与传统媒体的区别； 2. 新媒体营销领域涉及的技术名词解释

13	移动 B2B 运营	2				<ol style="list-style-type: none"> 1. B2B 新媒体营销的特点和与 B2B 电商的区别; 2. B2B 新媒体营销的运营模式; 3. B2B 新媒体营销的运营流程; 4. B2B 新媒体营销的营销策略; 5. B2B 新媒体营销运营案例: 阿里巴巴。 	在阿里巴巴手机端发布一件商品
13	移动 B2C 运营	2				<ol style="list-style-type: none"> 1. B2C 新媒体营销的特点和与 B2C 电商的区别; 2. B2C 新媒体营销的运营模式; 3. B2C 新媒体营销的运营流程; 4. B2C 新媒体营销的营销策略; 5. B2C 新媒体营销运营案例: 天猫。 	在天猫手机端发布一件商品
14	移动 C2C 运营	2				<ol style="list-style-type: none"> 1. C2C 新媒体营销的特点和与 C2C 电商的区别; 2. C2C 新媒体营销的运营模式; 3. C2C 新媒体营销的运营流程; 4. C2C 新媒体营销的营销策略; 5. C2C 新媒体营销运营案例: 淘宝。 	在淘宝手机端发布一件商品
14	移动 O2O 运营	4				<ol style="list-style-type: none"> 1. O2O 新媒体营销的特点和与 O2O 电商的区别: 线上与线下的关系; 2. O2O 新媒体营销的运营模式; 3. O2O 新媒体营销的运营流程; 4. O2O 新媒体营销的营销策略; 5. O2O 新媒体营销运营案例: 苏宁易购。 	与本地商业企业合作进行店铺运营训练

14	手机淘宝		4			<ol style="list-style-type: none"> 1. 消费者购物行为发生了深刻变化,手机淘宝在网购中比例越来越大;。 2. 未来的零售及个人服务将以移动端购买为主; 3. 千牛: 淘宝卖家的必备手机APP; 4. 千牛客户端的安装、使用及常用工具; 4. 多终端联动的云工作平台; 5. 通过手机经营店铺; 6. 手机店铺的宣传推广与网络营销。 	使用千牛对淘宝手机店铺进行管理
15	微信电商		4			<ol style="list-style-type: none"> 1. 什么是微信? 2. 微信的特点和商业机遇; 3. 微信电商的商业模式和推广方法。 	通过微信朋友圈对手机店铺进行推广
15	移动微店		4			<ol style="list-style-type: none"> 1. 什么是移动微店? 2. 微店的特点和商业机遇; 3. 微店的商业模式; 4. 微店的运营管理; 5. 微店的推广方法。 	建立手机微店并对店铺进行管理
16	APP 商铺		4			<ol style="list-style-type: none"> 1. 什么是 APP 商铺? 2. APP 商铺的特点和商业机遇; 3. APP 商铺的设计开发; 4. APP 商铺的运营管理; 5. APP 商铺的用户体验及营销方法。 	设计一个手机 APP 的店铺
16	移动广告		4			<ol style="list-style-type: none"> 5. 移动广告的商业模式 6. 移动广告的发展现状与前景 7. 移动广告的微营销策略 8. 基于奖励的移动广告。 	设计一个移动广告并进行推广
合计		12	20				
总计		32					

系负责人:

教研室主任:

任课教师:

室内设计师经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《方案设计技巧培训（手绘、AutoCAD、3DSmax）》课程

一、课程基本信息

课程名称：方案设计技巧培训（手绘、AutoCAD、3DS max）学 分：4

学 时：64

制订时间：2016 年

8 月

先修课程：人机工程学

后续课程：室内设计（办公空间）、专题设计（酒店设计）

适用专业：室内艺术设计专业

编制人：李祖鹏

二、课程性质

方案设计技巧培训（手绘、AutoCAD、3DSmax）是艺术设计专业(室内设计方向)的核心课程之一，其目标岗位是绘图员、3D 效果图建模师、3D 效果图渲染师等。因此，精通手绘、AutoCAD、3DMAX 并熟练掌握建筑室内外效果图制作方法，使学生具备从事建筑室内外效果绘图员的能力；同时它还能辅助室内设计（办公空间）、专题设计（家装设计）、专题设计（工装设计）、综合实训（酒店空间）、毕业设计和毕业展览等专业设计课程的绘图表现。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1. 能力目标：

(1) 能够根据建筑结构及设计的要求, 手绘、AutoCAD、3DMAX 绘制出符合要求的建筑框架模型及家具模型、陈设模型等。

(2) 能够根据建筑结构及设计的要求, 手绘、AutoCAD、3DMAX 中分别赋予模型合适的材质, 模拟出真实的材质效果。

(3) 能够针对建筑功能和设计的要求, 手绘、AutoCAD、3DMAX 中创建出日景和夜景两种不同环境的灯光效果。

(4) 能够针对建筑功能和设计的要求, 手绘、AutoCAD、3DMAX 中创建出合适的摄像机角度和动画漫游, 使之更全面展现各位置的设计效果。

(5) 能够针对建筑功能和设计的要求, 在 3DMAX 和 VRay 软件中渲染出图。

2. 知识目标:

(1) 会手绘、AutoCAD、3DMAX。

(2) 掌握手绘技巧、在 AutoCAD、3DMAX 中创建模型的方法, 如: 放样、布尔运算等。

(3) 掌握在 3DMAX 软件中导入 CAD 平面图文件, 并对其进行修改整理, 依据导入的 CAD 平面图绘制出 3DMAX 建筑框架模型。

(4) 掌握在 3DMAX 软件中合并其他 3DMAX 模型, 如: 合并沙发、台灯、植物配景、装饰摆设等。

(5) 掌握对 3DMAX 模型中不同的物理性质的材质进行创建和调整, 模拟出现实场景空间中的材质效果。

(6) 掌握 3DMAX 软件中制作太阳光室内装饰效果图和夜景室内装饰效果图的灯光布置方法。

(7) 掌握在 AutoCAD 软件制作室内施工图的方法。

(8) 掌握在 VRay 渲染器下编辑 VRay 材质材质的方法。

(9) 掌握在 VRay 渲染器下创建和修改 VRay 灯光的方法。

(10) 掌握在 VRay 渲染器下调整设置参数, 并渲染符合要求的最终效果图。

3. 素质目标:

(1) 通过实际动手操作, 培养学生的动手操作、集中精力、明确目标和有效工作的素质。

(2) 通过完成各实训项目, 培养学生爱岗、敬业、献身、活力、坚忍的素质。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计 (一般指一级项目编号及名称、内容)

序号	项目(模块)名称	学时
1	手绘基本家具	4
2	手绘家具、陈设	4
3	手绘建筑空间模型	4
4	3DMAX 标准材质及 UVWmap 贴图	4
5	3DMAX 标准灯光、光度学灯光、VRay 灯光	4
6	3DMAX 场景摄像机和漫游动画	2
7	VRay 材质及 UVWmap 贴图、VRay 渲染器、公用面板	2
8	AutoCAD 软件制作室内施工图	2
9	AutoCAD 软件制作室内施工图节点大样	6
合计		32

2. 能力训练项目设计 (一般指二级项目内容)

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果(可展示)
1.1	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—创建标准基本体模型	4	①能下载、安装 3DMAX 软件; ②能使用鼠标操控软件界面创建标准基本体模型	① 3DMAX 软件简介、基本信息、界面布局(菜单栏、工具栏、命令面板、视图、状态栏和提示栏、动画控件、视图导航控制区); ② 标准基本体面板及修改参数面板	PPT 课件介绍软件简介及界面、上机操作现代简约书柜示范、学生根据老师的示范进行创建模型创建练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,提供一些其他简单书柜图片及具体尺寸信息,用已学的知识创建类似的模型,培养学生思考的能力,达到举一反三的效果	现代简约书柜模型
1.2	1·越秀逸泉映翠三房两	4	①能使用鼠标并结合键盘快捷键	①键盘快捷键的使用;	PPT 课件演示、上机操作创建门窗、	门窗、杯子、洗手盆

	厅 96.57 平方米家居空间设计—创建扩展基本体及样条线模型		控制软件界面创建扩展基本体模型； ②能使用鼠标并结合键盘快捷键控制软件界面创建样条线模型	②扩展基本体、样条线模型创建方法及在修改面板中参数设置	杯子、洗手盆模型示范、学生根据老师的示范进行创建模型创建练习，教师现场指导，提高学生的动手能力；完成此阶段后，提供一些其他简单模型图片及具体尺寸信息，用已学的知识创建类似的模型，培养学生思考的能力，达到举一反三的效果	等简单单 体模型
2.1	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—简单家具模型	4	能在 3DMAX 软件中按照示范，创建出符合要求的简单家具模型	① 挤 出 (Extrude)； ② 布 尔 (Boolean)； ③ 倒角 (Bevel)	PPT 课件演示、上机操作凳子、椅子、餐桌、茶几模型示范、学生根据老师的示范进行创建家具模型练习，教师现场指导，提高学生的动手能力；完成此阶段后，提供一些其他简单家具图片及相关尺寸信息，用已学的知识创建不同的家具模型，培养学生思考的能力，做到举一反三	凳子、椅子、餐桌、茶几模型
2.2	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—整体家具模型	4	能在 3DMAX 软件中根据提供的图片及尺寸等相关信息创建或组合符合要求的各种家具模型。	①FFD 变形修改器； ②放样 (Loft) 工具的使用； ③车削 (Lathe) 修改器	PPT 课件演示、上机操作沙发、电视柜、吧台、床及床头柜模型示范、学生根据老师的示范进行创建模型练习，教师现场指导，提高学生的动手能力；完成此阶段后，提供一些其他组合家具图片及相关尺寸信息，	沙发、电视柜、吧台、床及床头柜模型

					用已学的知识创建不同的家具模型,培养学生思考的能力,做到举一反三	
2.3	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—陈设物品模型	4	能在 3DMAX 软件中综合使用学习的各种修改器根据提供的图片及尺寸等相关信息创建符合要求的各种陈设模型	①图形面板中的样条线曲线的使用;②壳修改器;③法线修改器;④网格平滑修改器	PPT 课件演示、上机操作窗帘、台灯、吊顶、植物盆景模型示范、学生根据老师的示范进行创建陈设模型练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,提供一些其他陈设图片及相关尺寸信息,用已学的知识创建不同的陈设模型,培养学生思考的能力,做到举一反三	窗帘、台灯、吊顶、植物盆景模型
3.1	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—墙体、地面、天花模型	4	能在 3DMAX 软件中导入 CAD 平面图、立面图,并对其进行修改编辑,并制作出相应的 3DMAX 建筑空间模型	①导入 AutoCAD 图纸; ②建造墙体(捕捉设置、样条线、挤出、布尔运算); ③建造天花地面(捕捉、网格选择、挤出)	PPT 课件演示、上机操作墙体、地面、天花模型示范,学生根据老师的示范进行创建建筑空间模型练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,提供另一个空间的 CAD 文件,用已学的知识创建符合要求的建筑空间模型,培养学生思考的能力,做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目墙体、地面、天花模型
3.2	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—门、窗户、	4	能综合使用 3DMAX 软件的工具和修改器创建符合尺寸、风格要求的门、窗户、造型墙	①创建门(捕捉描线、轮廓、挤出、面片、可编辑多边形); ②创建窗户(捕捉创建面片、可	PPT 课件演示、上机操作客厅电视背景墙、门、窗户模型示范,学生根据老师的示范进行创建模型练习,	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项

	客厅电视背景墙模型			编辑多边形的使用); ③制作电视背景墙(捕捉描样条线、修剪、焊接、倒角)	教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成另一项目的电视背景墙、门、窗户模型的创建,培养学生思考的能力,做到举一反三	目客厅电视背景墙、各空间门、窗户模型
3.3	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计一卧室衣柜、书房书架、厨房整体橱柜、合并模型	4	能在 3DMAX 软件中导入 CAD 平面图、立面图,对其进行修改编辑,并制作出相应的 3DMAX 建筑空间模型	①在 CAD 软件中整理平面、立面文件并导入到 3DMAX 软件中,依据导入的文件用可编辑多边形高级建模方法创建相应的符合要求的建筑空间模型	PPT 课件演示、上机操作卧室衣柜、书房书架、厨房整体橱柜及合并的模型示范,学生根据老师的示范进行创建模型练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成另一项目的卧室衣柜、书房书架、整体橱柜及合并模型的练习,培养学生思考的能力,做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目卧室衣柜、书房书架、厨房整体橱柜及合并的模型
4.1	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计一 3DMAX 标准材质球	4	能对 3DMAX 模型中不同的物理性质的材质进行分析搭配,创建和修改标注材质球,模拟出现实场景空间中的材质效果并赋予给相应的模型	①标准材质球的创建; ②标准材质球面板参数的调整(各种物理属性、材质图片的加载); ③将调整好的材质赋予给指定的模型	PPT 课件演示、上机操作示范、学生根据老师的示范进行标准材质练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成另一项目标准材质的创建和赋予练习,培养学生思考的能力,做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计模型赋予标准材质后的效果。
4.2	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计一	4	能对 3DMAX 模型中不同的物理性质的材质进行分析搭配,创建和修改混合、卡通、	①双面材质(双面基本参数:半透明、正面材质、背面材质); ②卡通材质(基	PPT 课件演示、上机操作示范、学生根据老师的示范进行多种材质创建练习,教师现场	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空

	3DMAX 的混合材质、双面材质、卡通材质、高级照明覆盖材质、建筑材质 UVWmap 贴图修改器		高级照明、建筑材质, 模拟出现实场景空间中的材质效果、赋予给相应的模型并调整模型的 UVWmap 贴图	本材质扩展); ③高级照明覆盖材质 ④建筑材质: 光度学灯光和光能传递的概念 ⑤UVWmap 贴图修改器	指导, 提高学生的动手能力; 完成此阶段后, 学生独立完成另一项目的其他材质的创建和赋予练习, 培养学生思考的能力, 做到举一反三	间设计模型赋予双面、卡通、高级照明、建筑材质并使用 UVWmap 贴图修改器的效果。
5.1	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—3DMAX 标准灯光	4	能在 3DMAX 建模模型空间的正确位置创建标准灯光并修改灯光参数, 创建出太阳光效果	①目标聚光灯; ②自由聚光灯; ③目标平行光; ④自由平行光; ⑤泛光灯; ⑥天光	PPT 课件演示、上机操作演示使用标准灯光制作客厅太阳光效果方法、学生根据老师的示范进行练习, 教师现场指导, 提高学生的动手能力; 完成此阶段后, 学生独立完成卧室灯光创建, 培养学生思考的能力, 做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目太阳光效果
5.2	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—光度学灯光及默认扫描渲染器	4	能在 3DMAX 建模模型空间的正确位置创建光度学灯光并修改灯光参数, 设置默认扫描渲染器设置, 创建出夜晚灯光效果	①光度学灯光 (目标点光源、自由点光源、目标线性光、自由线性灯光、目标区域灯光、自由区域灯光、IES 日光、IES 天光、等向灯光、漫射灯光分布、聚光灯分布、广域网); ②渲染场景设置: 公用、渲染器	PPT 课件演示、上机操作演示光度学灯光创建客厅夜晚灯光的方法、学生根据老师的示范进行练习, 教师现场指导, 提高学生的动手能力; 完成此阶段后, 学生独立完成卧室夜晚灯光的创建, 培养学生思考的能力, 做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目夜晚灯光效果并渲染出一张小图
6	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—3DMAX 场景摄像机和漫	4	能运用 3DMAX 软件创建合适的摄像机和漫游动画	①标准相机: 目标、自由; ②目标相机创建方法及位置移动技巧; ③目标相机参数设置;	PPT 课件演示、上机操作示范客厅目标相机的创建、修改和漫游动画制作、学生根据老师的示范进行练习, 教师现场指	客厅、卧室及其他空间的渲染小图及整个场景的漫游动画。

	游路径			④漫游动画	导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成其他空间的摄像机及漫游动画制作,培养学生思考的能力,做到举一反三	
7.1	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—VRay 材质及 UVWmap 贴图	4	能在 3DMAX 软件中安装 VRay 渲染器插件并激活使用。熟悉 VRay 材质面板、创建和修改 VRay 材质、赋予给模型	① VRay 材质面板; ② VRay 高级材质:汽车材质、通过 GradientRamp 贴图制作天空、VRay 材质包裹器	PPT 课件讲解 VRay 材质面板、上机操作示范汽车材质等的制作、学生根据示范进行练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成部分 1·越秀逸泉映翠项目 VRay 材质的创建和赋予,培养学生思考的能力,做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目部分模型赋予 VRay 材质后的效果。
7.2	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—VRay 材质及 UVWmap 贴图	4	能制作各种效果的 VRay 材质、赋予给模型并修改模型的“UVWmap”贴图材	①VR 标准材质; ②VR 凹凸贴图; ③VR 材质包裹器; ④VR 代理材质; ⑤VR 灯光材质; ⑥VR 混合材质; ⑦VR 双面材质	PPT 课件演示、上机操作示范客厅 VR 材质的创建、修改、赋予;学生根据老师的示范进行练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成其他空间 VR 材质的创建修改,培养学生思考的能力,做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目全部模型赋予 VRay 材质后的效果。
8.1	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—VRay 灯光	4	能在 VRay 渲染器中创建 VRay 灯光,根据渲染小图效果进行参数调整	①VRay 默认灯光系统的认识; ②VRay 阴影; ③VRay 灯光与颜色贴图; ④其他 VRay 灯光	PPT 课件演示、上机操作示范客厅 VR 白天灯光的制作方法、学生根据老师的示范进行练习,教师现场指导,提高学生的动	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目 VR 白天

					手能力;完成此阶段后,学生独立完成其他空间的 VR 白天灯光的创建和修改,培养学生思考的能力,做到举一反三	灯光效果。
8.2	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—VRay 灯光	4	能在 VRay 渲染器中创建 VRay 灯光,根据渲染小图效果进行参数调整	①VRay 灯光类型 (VR 灯光、VR 阳光); ②VR 灯光的名称和颜色; ③VR 灯光修改参数	PPT 课件演示、上机操作示范客厅 VR 夜晚灯光制作的方法、学生根据老师的示范进行练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成其他空间 VR 夜晚灯光的创建和练习,培养学生思考的能力,做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目 VR 夜晚灯光效果。
9.1	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—VRay 渲染器、公用面板	4	能设置测试渲染小图的 VR 渲染面板参数,要求能快速渲染,清楚识别材质和灯光效果	①VRay 渲染面板简介 (帧缓存窗口、全局转换窗口、图像采样器); ②公用面板:输出大小	PPT 课件演示介绍 VR 渲染面板、上机操作示范客厅 VR 渲染面板设置低参数并渲染、学生根据老师的示范练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成其他空间的参数设置并进行渲染测试小图,培养学生思考的能力,做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目客厅等其他空间的测试小图
9.2	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—VRay 渲染器、公用面	4	能设置最终大效果图的 VR 渲染面板参数,要求满足效果的同时,尽量快速渲染	①VRay 渲染面板简介 (全局光照、焦散设置、环境控制器、QMC 采样器); ②公用面板:输出大小	PPT 课件演示、上机操作示范客厅 VR 渲染面板设置高参数并渲染、学生根据老师的示范练习,教师现场指导,提高学生的	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目客厅及

	板				动手能力;完成此阶段后,学生独立完成其他空间的高参数设置并进行渲染出图,培养学生思考的能力,做到举一反三	其他空间的最终大效果图
9.3	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—VRay 渲染器、公用面板	4	①能通过渲染光子贴图提高渲染速度; ②能运用同一光子贴图渲染场景中其他角度	①VRay 渲染面板简介(G 缓冲/颜色贴图、摄像机控制面板、系统); ②公用面板:输出大小	PPT 课件演示、上机操作示范快速渲染客厅大图的方法、学生根据老师的示范练习,教师现场指导,提高学生的动手能力;完成此阶段后,学生独立完成其他空间的快速渲染设置并渲染出图,培养学生思考的能力,做到举一反三	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计项目客厅及其他空间的最终大效果图

3. 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	考核内容与方法	
1	1	8	1·越秀逸泉映翠三房两厅 96.57 平方米家居空间设计—创建标准基本模型、创建扩展基本体和样条线模型	①能下载、安装 3DMAX 软件; ②能使用鼠标操控软件界面创建标准基本体模型 ③能使用鼠标并结合键盘快捷键控制软件界面创建扩展基本体模型;	1.1- 1.2	① 3DMAX 软件简介、基本信息、界面布局 (菜单栏、工具栏、命令面板、视图、状态栏和提示栏、动画控件、视图导航控制区); ②标准基本体及在修改面板中设置参数; ③键盘快捷键	①提出完成本次课的教学内容及要求:熟悉 3DMAX 界面; 基本几何模型的创建; 掌握 3DMAX 快捷键的使用方法; 扩展基本体及样条线模型创建,案例:现代节约书架、门窗、杯子、洗手盆; ②教师 PPT 课件演

				④能使用鼠标并结合键盘快捷键控制软件界面创建样条线模型		的使用; ④ 扩展基本体、样条线模型创建方法及在修改面板中参数设置	示和实际现场操作示范; ③学生上机独立完成教师所示范的每一个案例,并用相同的方法创建别的模型,达到举一反三的效果,以此提高学生动手能力和创造力; ④学生自评,同学互评,教师点评等形式评比建模速度和建模方法和模型效果,教师当场记录成绩
2	1-2	12	1·越秀逸泉映翠三房两厅96.57平方米家居空间设计一家具、陈设模型创建	能在 3DMAX 软件中根据提供的图片及尺寸等相关信息创建符合要求的各种家具、陈设模型	2.1- 2.3	掌握二维图形转三维物体、合并、放样、修改建模、布尔运算、可编辑多边形高级建模方法及创建家具、陈设模型	①提出完成本次课的教学内容及要求:如何将二维样条线转三维几何体,案例吊扇、阿拉伯风格窗户;如何将形体合并,案例金属茶几;如何修改建模,案例吸顶灯;放样建模,案例水龙头;多边形建模,案例吊灯; ②教师课件演示和实际现场操作示范; ③学生上机独立完成教师所示范的每一个案例,并用相同的方法创建别的模型,达到举一反三的效果,以此提高学生动手能力和创造力; ④学生自评,同学互评,教师点评等形式评比建模速度和建模方法和

							模型效果,教师当场记录成绩。
3	2-3	12	1·滨江水三房两厅96.57平方米家居空间设计—建筑空间框架模型创建	能在 3DMAX 软件中导入 CAD 平面图、立面图,对其进行修改编辑,并制作出相应的 3DMAX 建筑空间模型	3.1-3.3	掌握在 CAD 软件中整理平面、立面文件并导入到 3DMAX 软件中,依据导入的文件用可编辑多边形高级建模方法创建相应的符合要求的建筑空间模型	①提出完成本次课的教学内容及要求:如何将 CAD 平面图、立面图,对其进行修改编辑并导入 3DMAX 软件中;如何依据导入的 CAD 文件进行创建地面、墙面、门窗、天花等空间框架模型,案例:1·越秀逸泉映翠客厅; ②教师 PPT 课件演示和实际现场操作示范; ③学生上机独立完成教师所示范的每一个案例,并用相同的方法创建别的模型,如:卧室、卫生间、厨房模型、办公楼大堂、酒店客房等空间模型,达到举一反三的效果,以此提高学生动手能力和创造力; ④学生自评,同学互评,教师点评等形式评比建模速度、建模方法和模型效果,教师当场记录成绩
4	3-4	8	1·越秀逸泉映翠三房两厅96.57平方米家居空间设计—赋予模型 3DMAX	能对 3DMAX 模型中不同的物理性质的材质进行分析搭配,创建和修改材质球,模拟出现实场景空	4.1-4.2	掌握在 3DMAX 中标准材质球的创建、材质编辑器面板中参数的调整和调整 UVWmap 贴图	①提出完成本次课的教学内容及要求:如何将每一个模型快速准确的赋予材质;如何增加和调整 UVWMap 贴图修改器;

			标准材质 材质	间中的材质 效果、赋予给 相应的模型 并 调 整 UVWmap 贴图			<p>②教师PPT课件演示和实际现场操作示范；</p> <p>③学生上机独立完成教师所示范的每一个案例，并用相同的方法将其他空间的模型赋予合适的材质并增加、调整UVWMap贴图修改器，达到举一反三的效果，以此提高学生动手能力和创造力；</p> <p>④学生自评，同学互评，教师点评等形式评比赋予材质的速度和赋予材质方法和材质效果，教师当场记录成绩</p>
5	4	8	1·越秀逸泉映翠三房两厅96.57平方米家居空间设计—创建灯光、光度学灯光及使用默认扫描线渲染器渲染小图	能在3DMAX软件中创建3DMAX标准灯光、光度学灯光制作阳光室内装饰效果图和夜景室内装饰效果图	5.1- 5.2	掌握在3DMAX灯光系统：标准光源和光度学光源，基本属性和创建方法、摆放位置、根据渲染效果不断调整灯光面板的参数	<p>① 提出完成本次课的教学内容及要求：认识3DMAX灯光系统：标准光源和光度学光源；掌握灯光的创建和调整；②教师PPT课件演示和实际现场操作示范；</p> <p>② 学生上机独立完成教师所示范的每一个案例，并用相同的方法创建和修改其他空间的灯光，达到举一反三的效果，以此提高学生动手能力</p>

							和创造力; ③ ④学生自评, 同学互评, 教师点评等形式评比创建灯光的速度和创建灯光的方法和灯光效果, 教师当场记录成绩
6	5	4	1·越秀逸泉映翠三房两厅96.57平方米家居空间设计—创建场景摄像机及漫游路径	能运用3DMAX软件创建合适的摄像机和漫游动画	6	掌握摄像机创建、修改方法和漫游动画的制作方法	①提出完成本次课的教学内容及要求: 认识3DMAX摄像机系统; 如何创建和修改摄像机和漫游动画; ②教师PPT课件演示和实际现场操作示范; ③学生上机独立完成教师所示范的每一个案例, 并用相同的方法创建别的空间的摄像机和漫游动画, 达到举一反三的效果, 以此提高学生动手能力和创造力; ④学生自评, 同学互评, 教师点评等形式评比创建摄像机和漫游动画速度和建摄像机和漫游动画的方法和效果, 教师当场记录成绩
7	5	8	1·越秀逸泉映翠三房两厅96.57平方米家居空间设计—创建及	能在3DMAX软件中安装VRay渲染器插件并激活使用。创建和修改VRay材质、赋予给模	7.1-7.2	掌握VRay材质的创建方法、材质面板参数的调整及UVWmap贴图的使用方法	①提出完成本次课的教学内容及要求: 如何在3DMAX软件中安装VRay渲染器插件; ②认识和使用VRay材质并调整

			调整 VRay 材质	型并调整 UVWmap 贴图			UVWmap 贴图; ③教师PPT课件演示和实际现场操作示范; ④学生上机独立完成教师所示范的每一个案例,并用相同的方法将其他空间赋予 VRay 材质并调整 UVWmap 贴图、根据效果反复修改材质参数,达到举一反三的效果,以此提高学生动手能力和创造力; ④学生自评,同学互评,教师点评等形式评比创建和修改 VRay 材质的速度、方法和效果,教师当场记录成绩
8	6	8	1·越秀逸泉映翠三房两厅96.57平方米家居空间设计—创建及调整 VRay 灯光	能在 VRay 渲染器中创建 VRay 灯光,根据渲染小图效果进行参数调整	8.1-8.2	掌握 VRay 灯光的创建方法、灯光面板参数的调整方法	①提出完成本次课的教学内容及要求:认识 VRay 渲染器灯光;根据不同的时间段,创建不同要求的 VRay 灯光并调整参数; ②教师PPT课件演示和实际现场操作示范; ③学生上机独立完成教师所示范的每一个案例,用相同的方法在其他空间创建 VRay 灯光并根据效果反复修改灯光参数,达到举一反三的效果,以此提高学生动手能力和

							创造力; ④学生自评, 同学互评, 教师点评等形式评比创建和修改 VRay 灯光的速度、方法和效果, 教师当场记录成绩
9	6-7	12	1·越秀逸泉映翠三房两厅96.57平方米家居空间设计—设置及修改VRay渲染器、公用面板参数	能设置和调整VRay渲染器面板参数、公用面板参数并渲染出最终效果图	9.1-9.3	掌握VRay渲染器面板参数、公用面板设置参数调整	①提出完成本次课的教学内容及要求: 认识VRay渲染器、公用面板; 根据不同要求设置不同的参数; ②教师PPT课件演示和实际现场操作示范; ③学生上机独立完成教师所示范的每一个案例, 用相同的方法设置其他空间的VRay渲染器、公用面板参数, 达到举一反三的效果, 以此提高学生动手能力和创造力; ④学生自评, 同学互评, 教师点评等形式评比最终渲染效果及速度, 教师当场记录成绩

4. 第一次课设计梗概

1. 告知学生本课程的总体安排、教材的应用, 上课的方式和明确教学目标, 实现各项目任务时所达到的效果。同时介绍学生将来工作性质、就业的方向及应具备的职业道德。(20分钟)

2. 告知学生考核方式(详见考核方案设计)。(5分钟)

3. 调动学生兴趣。例如: 假如你有很多的设计灵感, 如: 家具造型、办公室空间设计等, 但是缺乏表现能力, 不能充分的表现你完美的设计构思。学好计

计算机辅助设计（3DMAX 及 VR）本课程，这些问题就可以迎刃而解。（15 分钟）

4. 展示一些建筑室内外优秀效果图及本人的作品给学生看并分别进行分析讲解，与学生互动了解他们对此课程的认识及看法。（20 分钟）

5. 效果图制作流程演示：五星级酒店效果图(不同角度和细节展示)；教师上机动手操作演示基本制作过程，用具体的渲染效果图片展示最终效果，使学生对效果图制作流程有一个直观的了解。（20 分钟）

6. 案例引入，问题驱动:以一个现代节约书柜为例进行模型的创建，教师上机操作示范，学生根据要求动手创建。达到认识、熟悉 3DMAX 软件界面、使用快捷键、掌握基本几何体建模方法的目的。（70 分钟）

7. 总结并布置家庭作业:课后,认真思考怎样学好计算机辅助设计（3DMAX 及 VR）这门课程；上网搜索优秀效果图，提高欣赏水平；用课堂学习的基本建模方法，完成宿舍学生书桌、床模型的创建。（10 分钟）

四、教学组织形式

课程按照计算机辅助设计（3DMAX 及 VR）— “效果图制作流程和方法”和“学生职业能力形成规律”两个坐标来组织教学内容。为使学生从初学者成长为室内外效果图制作能手，训练企业提供的多个真实工程项目，贯穿整个教学过程，其中每个教学模块各有几个工作任务过程，遵循从简单到复杂、举一反三的原则进行。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
过程考核	学习态度	5	参与教学的热情与效果	当场评定	5
	上课考勤	5	考勤	点名	5
	作业完成	15	效果图绘制	记分	15
	课后作业	15	效果图绘制	记分	15
结果考核	综合实训	30	综合项目制作；出图效果	综合评分	30
	期末考查	30	考查	记分	30
合 计					100

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

注意技能目标和知识目标的明确指定，项目任务驱动安排教学环节。

（二）推荐教材

1. 杨一菲. 3ds Max/VRay 印象 时尚家居效果图制作与表现技法. 人民邮电, 2008 年 11 月.

2. 博艺智联. 渲染王 3ds Max+VRay 工装及建筑效果图表现技法. 清华大学, 2009 年 6 月.

（三）教学参考资料

1. 魔方空间. 红色经典III:3ds max&VRay 室内效果图设计与制作. 中国青年出版社, 2008 年 1 月.

2. 刘正旭, 阎河. 3ds Max9&VRay 效果图渲染高级技法. 清华大学出版社, 2008 年 1 月.

3. 何凡. 3DS MAX9 环境艺术设计表现实例教程. 中国水利水电出版社, 2007 年 9 月.

七、主要教学资源要求

（一）教师要求

1. 专职教师要求：原则上大学本科学士以上学历，中级以上职称，室内设计相关专业，双师素质。

2. 兼职教师要求：原则上大学本科学士以上学历，中级以上职称，室内设计相关专业，企业任职经历不少于两年。

（二）学习场地、设施要求

1. 要求有专业机房及实训室（配备投影仪、专业电脑及安装 3DMAX9 中文版和 VRay1.5 RC3 软件）、建立学生能够模拟公司上班现场的实训工作室。

2. 在系部网站上建设 3DMAX 效果图制作交流平台，论坛、模型下载、材质下载等。广泛深入的研究课程内涵、标准与相应的重难点，针对岗位要求的能力，群策群力完成各模块项目的练习题库的建设，并对每一题目进行难易、代表性和针对性分析，切实提高知识与能力的覆盖面。

(三) 课程资源的开发与利用

利用学校现在资源,并不断结合社会需求进行完善,充分利用学校现在又得室内实训室、专业机房、大批的室内专业素质教师和学生。在学校所建的校外实训基地方面,在现有基础上,大力开拓新的实训基地。深入发展双方的紧密办学关系,切实实现教学的实景训练,实现教学与企业实践的“无缝对接”。

编辑: 由晓雯

责任编辑: 张光俊

方案设计技巧培训(手绘、AutoCAD、3DSmax)授课计划表

2016 /2017 学年第 一 学期

任课教师	何新闻、李祖鹏、兰兴武			任教课程	方案设计技巧培训(手绘、AutoCAD、3DSmax)								
任课班级				采用教材								参考书名称与作者	
				名称				作者、出版社					
室内设计经理人班				1、《3ds Max/VRay 照片级室内效果图表现》 2、《深度 PhotoshopCS5 效果图后期处理完全剖析》				1、编著:刘涛、符繁荣 出版社:南京大学出版社 2、编著:孙启善 出版社:北京希望电子出版社				《印象 3dsmax2012/VRay 室内效果图制作与表现》 编著:范理财	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配								课程考核方式设想: 考勤+平时成绩+考试成绩 过程考核 60% 结果考核 40%
					总课时	其中							
课堂讲授	课堂作业	实习实训	单元测验	参观见习		其他安排							
32	0	32	8	4	32	12	2	14	2	0	0	2	
本课程教学目标和教学设想: 手绘、AutoCAD、3DS max 在室内设计领域中占有重要的地位。通过本课程学习掌握手绘、AutoCAD、3DS max 等技术和方法,具备从事制作室内效果图、建筑效果图、图片处理等的													

能力。

通过本门课程的学习，使学生掌握手绘、AutoCAD、3DS max 等的基本方法和理论，对于手绘、AutoCAD、3DS max 等各个方面有一个系统而全面的认识 and 了解，能够熟练掌握常用的基本操作，并具备相应的自学能力。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
11	手绘、AutoCAD、3DSmax 基本概念、AutoCAD、3DSmax 软件界面介绍	1	0	0	0	教师讲解、示范	快捷键
11	AutoCAD、3DSmax 案例教学	0	0	1	0	学生上机操作	瓶盖模型
11	AutoCAD、3DSmax 功能分析	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	瓶盖模组合
12	精细建模方法	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	瓶盖模型
12	常用辅助功能、图形、样条线的创建	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	画框模型
12	可编辑多边形高级建模法	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	茶几模型
13	倒角、FFD、放样工具	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	标志、抱枕模型
13	复杂单体模型的创建	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	客厅家具组合
13	导入 CAD 创建客厅框架模型，完成客厅整体模型	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	客厅建筑模型

13	摄像机、3D 标准、光度学灯光、3D 标准材质	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	客厅标准灯光
13	VR 材质、VR 灯光	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	客厅 VR 灯光
14	灯光、材质、渲染器设置综合练习日景客厅效果图	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	会客厅日景 VR 灯光
14	灯光、材质、渲染器设置综合练习夜景客厅效果图	1	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	会客厅夜景 VR 灯光
15	PS 基本概念、软件界面介绍	0	0	0	0	教师讲解、示范	PS 快捷键
15	制作 3D 贴图材质	1	0	0	0	教师讲解、示范、学生上机操作	3D 贴图材质
15	室内效果图颜色整体调整、修饰效果图的缺陷、光效处理	1	0	0	0	教师讲解、示范、学生操作	客厅效果图后期处理
16	合成室内效果图配景	0	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	银行大堂效果图
16	合成建筑效果图的配景	0	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	小学教学楼景观
17	彩色平面图、彩色立面图的制作	0	0	1	0	教师讲解、示范、学生上机操作	彩色平面图、彩色立面图
18	标书设计及制作	0	0	1	0	教师示范、学生上机操作	毕业设计画册封、封底、内页
合计		16	0	16	0		

学院负责人：

教研室主任：

任课教师：

施工材料与工艺实战授课计划表

2016 / 2017 学年第二学期

任课教师	李祖鹏	任教课程	施工与管理
任课班级	采用教材		参考书名

					名称	作者、出版社					称与作者	
室内经理人班					1、《施工与管理》;	《施工与管理》 作者: 蒋粤闽 出版社: 中国建筑工业出版社					《施工与管理》, 符远	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想: 形成性考核占 60% 终结性考核占 40%
					总课时	其 中					其他安排	
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验			
32	0	32	8	4	32	16	0	16	0	0		

本课程教学目标:

1、能力目标:

- (1) 培养学生虚心、好学的品质;
- (2) 培养学生勤于思考、做事严谨的良好作风;
- (3) 培养学生良好的职业道德;
- (4) 培养学生注意身边事物的观察的行为;
- (5) 培养学生善于对平时生活中美好事物的积累

2、知识目标:

- (1) 学生将系统掌握施工与管理的基本理论知识;
- (2) 掌握施工与管理的专业技能和方法
- (3) 具有独立进行施工与管理艺术实践的基本能力;
- (4) 能较熟练地运用计算机进行室内辅助设计;
- (5) 具备施工与管理思维表达;
- (6) 施工与管理监理人制度;
- (7) 施工与管理模式;
- (8) 商业空间环境与设施设计;
- (9) 室内装饰现场施工管理;
- (10) 水路改造施工管理;
- (11) 电路改造施工管理;
- (12) 泥瓦施工;
- (13) 木工施工;

3、素质目标

- (1) 通过实际动手操作, 培养学生的动手操作、集中精力、明确目标和有效工作的素质;
- (2) 通过完成各实训项目, 培养学生爱岗、敬业、献身、活力、坚忍的素质;

备注: 相同的教材、进度(周课时)和相同的层次, 只编一个计划, 如有不同, 应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
11	施工材料与工艺实战概述	2	0	2	0	教、学、做	方案创意
1	室内装饰材料与现场施工管理	2	0	2	0	教、学、做	平面图
13	水电改造施工	2	0	2	0	教、学、做	立面图
14	泥瓦施工	2	0	2	0	教、学、做	天花图
15	木工施工	2	0	2	0	教、学、做	剖面图
16	抹灰及油漆施工	2	0	2	0	教、学、做	剖面图
17	室内装饰施工质量安全控制与监理	2	0	2	0	教、学、做	效果图
18	工程验收/案例分析	2	0	2		教、学、做	
合计		16	0	32	0		

系负责人：

教研室主任：

任课教师：李祖鹏

《工程预决算实战》授课计划表

2017 /2018 学年第 1 学期

任课教师	李祖鹏				任教课程	工程预决算实战			
任课班级					采用教材			参考书名称与作者	
					名称		作者、出版社		
室内设计经理人班					实用装饰工程预算教程		余学伟	《装饰装修工程预算快速培训教材》编写组	
本课程总	已授	尚余	本学	本课	本学期课时分配				课程考核方式 设想：课堂作
					总	其中			

学时	学 时	学 时	期 教 学 周	程 周 课 时	课 时	课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 习 实 训	单 元 测 验	参 观 见 习	其 他 安 排	机 动	业和最后一次 大作业
32		0	8	4	32	10	10	4	2		4	2	

本课程教学目标和教学设想：

教学目标：本课程旨在培养学生掌握有关建筑工程造价的基本原理和方法、熟悉项目管理的方法和手段，使学生熟悉建筑工程预算定额的制定原理与内容，掌握工程概预算的编制方法以及工程量清单编制和工程量清单计价，具备熟练应用现行定额编制建筑工程预算、招标控制价能力。

教学设想：主要研究建筑产品的实物形态在其建造过程中投入与产出之间的数量关系，研究在价值规律指导下建筑产品造价的构成因素，涉及较广泛的经济理论、经济政策、施工技术及管理知识，是一门综合性的技术经济学科。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	说明
		讲 授	实 验	实 训	实 习		
1	装饰装修工程制图	4	0	3	0	先讲理论，再让学生动手写	
2	装饰装修工程施工图识读	2	0	4	0	先室内陈设的特点原理，再讲装修风格	
3	装饰装修工程各项费用的确定	2	0	2	0	学生动手为主，老师指导	
4	建筑面积计算	2	0	2	0	动手为主，老师指导	
5	楼地面工程工程量计算	2	0	3	0	先讲理论，然后学生手写	

6	墙、柱面工程工程量 计算	3	0	3	0	先讲钢笔画理论，再让学生 动手	
	合计	15	0	17	0		

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

《软装设计实战》授 课 计 划 表

2017 /2018 学年第 1 学期

任课教师		李祖鹏		任教课程		软装设计实战							
任课班级				采用教材				参考书名称与作者					
				名称		作者、出版社							
室内设计经理人班				居室设计与装饰技巧				同济大学出版社		范业闻			
本 课 程 总 学 时	已 授 学 时	尚 余 学 时	本 学 期 教 学 周	本 课 程 周 课 时	本学期课时分配							课程考核方式 设想：课堂作业 和最后一次大 作业	
					总 课 时	其 中							机 动
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 习 实 训	单 元 测 验	参 观 见 习	其 他 安 排		
32		0	8	4	32	10	10	4	2		4	2	
<p>本课程教学目标和教学设想：</p> <p>教学目标：通过本课程的学习，使学生能够根据室内空间的特点进行家具及配饰搭配，并具备软装设计实战的能力。</p> <p>教学设想：给学生上好课，通过理论与实战学习让学生具有更好的动手能力，让学生多做课题练习。</p>													

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	说明
		讲授	实验	实训	实习		
1	软装饰概论	1	0	1	0	先讲理论，再让学生动手写	
2	室内陈设与家具搭配	1	0	2	0	先室内陈设的特点原理，再讲装修风格	
3	室内陈设与家具搭配	1	0	1	0	学生动手为主，老师指导	
4	室内绿化	1	0	1	0	动手为主，老师指导	
5	软装饰设计中的风水原理	1	0	1	0	先讲理论，然后学生动手写	
6	窗饰	1	0	1	0	先讲钢笔画理论，再让学生动手	
7	插花艺术	1	0	1	0	让学生生画图片	
8	壁面软装饰	1	0	1	0	先讲理论，再让学生动手	
9	橱柜展示软装饰	1	0	1	0	学生动手画，老师指导	
10	台面摆放软装饰	1	0	1	0	先讲理论，再让学生动手做	
11	欧式古典风格的软装饰设计	1	0	1	0	学生动手画，老师指导	
12	日式风格的软装饰设计	1	0	2	0	学生动手画，老师指导	
13	英式田园风格的软装饰设计	1	0	1	0	先讲理论，再让学生动手做设计	
14	中式风格	1	0	2	0	学生动手设计，老师指导	
15	现代简约风格的软装饰设计	1	0	1	0	学生动手设计，老师指导	
	合计	15	0	17	0		

系负责人：

教研室主任：

任课教师

(六) 项目经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《建筑工程管理实战》课程

一、课程基本信息

课程名称：建筑工程管理实战 学 时：32

先修课程：建筑制图与识图、建筑构造、建筑力学、建筑结构等

后续课程：建筑施工技术、建筑施工组织设计、建筑工程计量与计价等

制订时间：2017年6月01日

二、课程性质

《建筑工程管理实战》是高等职业院校建筑工程专业的主干、专业必修课，主要学习内容包括：一般工业民用建筑的施工技术、施工工艺、质量安全方面的基本理论和实际操作的知识，学生学习后能初步具备解决施工现场技术、质量、安全方面一般实际问题的能力。它涉及到测量、材料、力学、结构、施工机械等多个学科、综合性的专业知识和技能。通过这门课程的学习，使学生能初步掌握建筑施工生产第一线施工技术、施工管理岗位的基本理论、基础知识和实操技能，毕业后能胜任建筑企业工程项目部员级岗位的工作，通过两~三年的实践锻炼，参加国家统一的执业注册资格考试、成绩及格，可以成为合格的二级建造师。

三、课程设计

(一) 课程目标设计

1. 能力目标：

(1). 能根据工程项目的设计图纸和施工现场的实际条件，选择和制定一般工业民用建筑工程合理的施工方案；

(2). 能根据设计图纸和施工现场的实际条件，参考相关技术资料，完成一般工业民用建筑工程施工中常规的施工计算；

(3). 能根据设计图纸和施工现场的实际条件，参考相关技术资料，编写一般工业民用建筑工程施工技术、质量、安全的技术措施和技术交底材料；

2. 知识目标：

(1). 了解当前国内外工业民用建筑施工技术的概况和发展方向；

(2). 掌握一般工业民用建筑主要工种的施工工艺、施工技术和方法；

(3). 掌握一般工业民用建筑主要工种的质量标准、安全生产措施；

3. 素质目标：

(1). 培养学生的组织管理能力；

(2). 培养学生的独立思考能力；

(3). 培养学生的文字表达能力

(4). 培养学生的团队协作精神。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时（理论/实践）
1	第一次课	2（1/1）
2	模块一：破冰及解读项目经理技能	8（3/5）
3	模块二：施工员篇	8（3/5）
4	模块三：施工图纸会审-项目经理训练	8（3/5）
5	模块四：技术员必备技能之钢筋篇	6（2/4）
	合计	32（12/20）

(二) 第一次课设计梗概

1. 基本情况介绍

(1). 教师的自我介绍；

- (2). 教师介绍我国建筑施工的发展变化概况;
- (3). 教师介绍对上课纪律的要求;
- (4). 说明本课程的能力目标和知识目标;
- (5). 说明教材的选用、参考资料和考核方式。

2. 以本校 13 号公寓楼为例, 讲述如何从图纸变成实物, 中间要经过哪些施工过程? 如何去组织实施?

四、教学组织形式

1. 本课程是建筑工程技术专业的主要骨干课程, 因此宜按小班的形式来上课;
2. 本课程理论性和实践性很强, 尤其是施工技术部分, 应尽可能在建筑实训基地, 对照着施工的实体来上课;
3. 为了加深学生对课程内容的理解 and 应用, 教师宜选择部分工程实例, 结合相关的课程内容, 分阶段向同学们展示;
4. 上课的形式可以多种多样: 课堂教学、多媒体演示、工程建设录像演示、建筑实训基地教学和工地参观等;
5. 本课程除了本标准所述的理论教学外, 还应有专门的实践教学安排; 并且最好能组织参观本地重点工程建设。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例
过程考核	学习态度	考勤: 旷课 1 次扣 2 分; 作业、测验和实训: 优秀 (A) 1 次加 1 分, 缺交 1 次扣 2 分; 课堂提问主动回答加 1 分。总分以 100 分为限, 按 100% 为平时成绩。	自由发言	60%
	上课考勤		考勤记录	
	测验		测验成绩	
	实训		实训成绩	
	作业		作业质量	

六、主要教学资源要求

（一）教师要求

本课程的任课教师，应具备扎实的建筑专业知识和较丰富的实际工程经验，对广东省内的建筑施工管理发展情况有所了解，能将课程内容与工程施工实际相结合，深入浅出向同学们讲解。

（二）学习场地、设施要求

教学用 ppt，DVD，材料、构造和施工过程的局部实样或模型，实训室，实训场地等多种手段相结合。

（三）课程资源的开发与利用

1. 针对本课程的地域特点，采取多种方法尽可能收集多种信息资源，包括现场施工录像、课程视听光盘，网络课程资源的收集。

2. 注意仿真软件的开发和利用来模拟施工，通过虚拟的操作平台感受真实的职业氛围。

3. 尽可能搭建校企合作平台，增加本课程利用企业资源的优势，解决学生课程参观，项目实训等问题，以满足学生对本课程感性认识的需要，也为学生毕业后的就业创造方便条件。

4. 注意引导学生利用图书馆（本课程相关书籍介绍）及网络电子资源，使学生能常多方面学习到相关知识。

《建筑市场调查》 课程

一、课程基本信息

课程名称	建筑市场调查	课程编号		考试/考查	考查
总学时	32	实验（实训）学时	16	总学分	2
课程性质	选修	适用专业		开课单位	建筑工程学院

二、课程的性质与任务及设置目的

（一）课程性质与任务

建筑市场调查技巧是项目经理人班级课程，它以市场为客体，以工商企业为主体，研究与阐述建筑市场调查与分析的基本原理和方法，通过教学，使学生充分认识市场特点及其活动，明确建筑市场调查与分析在企业经营理论中的重要作用，培养学生深入实际注重调查分析研究的优良作风，提高学生分析问题、研究问题、解决问题的实际工作能力。

三、课程目标

（一）总体目标

《建筑市场调查》的理论目标是为从事市场营销工作的人员，对建筑市场调查有一个基本的认识，掌握调查方案的设计等基础知识，学生必须要掌握建筑市场调查基本的理论知识。

（二）具体目标

1. 知识目标

通过对该门课程的学习，学生应当掌握建筑市场调查的基本原则、理论、方法、技巧以及在建筑市场调查中所应注意到的特殊之处，然后结合具体的案例有针对性地运用这些原则、理论、方法、技巧去分析问题、解决问题，真正做到理论与实践相结合，理论指导实践，实践检验理论。

2. 能力目标

通过实训和实践，学生应该逐渐达到以下能力：

- （1） 市场认识能力
- （2） 调查设计能力
- （3） 信息搜集能力
- （4） 信息处理与分析能力
- （5） 市场分析能力

3. 素质目标

通过对本课程的学习，帮助学生加深理论认识，拓宽视野，提高理解能力；通过模拟训练，方案设计，多重调研工具使用，帮助学生提高认知能力。多种实践结合，校内与校外实践结合，帮助学生提高知识应用能力。在以后的职业中具备一定相关职业素养打好基础。

四、课程设计思路

（一）课程设置的依据

本课程围绕建筑市场调查在市场信息中,现实经济生活中的作用等内容展开叙述。通过较为系统的介绍,展示建筑市场调查的内容。使学生尽快了解和熟悉建筑市场调查技巧。为以后就业以及职业道路提供比较全面的认知。

（二）课程目标、内容制定的依据

通过对本课程的学习,帮助学生加深理论认识,拓宽视野,提高理解能力;通过模拟训练,方案设计,多重调研工具使用,帮助学生提高认知能力。多种实践结合,校内与校外实践结合,帮助学生提高知识应用能力。在以后的职业中具备一定相关职业素养打好基础。据此制定相关的教学内容。

（三）课程目标实现的途径

教学采用的是“理论+实践”相结合的方式,其中理论教学环节强调建筑市场调查基础知识的传授,实践教学环节强调学生将所学知识和技能在实践中的应用,并积极引导学生自主学习。

五、教学内容、基本要求与学时分配

（一）课程教学内容

第一章 建筑市场调查方案的沟通技巧

教学基本要求:

熟悉调查的涵义,明确沟通在调查中的地位和作用;

第二章 建筑市场调查方案的设计

教学基本要求:

熟悉调查方案设计的涵义,明确调查方案设计在调查中的地位和作用;掌握调查方案设计的目的、调查对象和调查单位、调查内容、调查提纲编写、调查进度和人员的安排;能设计简单的调查方案。

第三章 建筑市场调查方法

教学基本要求:

通过本章学习,了解调查方法的涵义,掌握调查中常用的文案调查法、观察法、小组座谈法、深度访谈法、德尔菲法和投影技法的应用及技巧,并通过案例教学,使学生能熟练运用这些方法,开展有效的调查,获取必要的市场信息。

第四章 抽样设计

教学基本要求:

通过对抽样方法的学习,使学生掌握抽样调查的基本方法和应用范围,能够在一定条件下,运用数理统计原理和方法,对总体的数量特征进行估计和推断。能够科学地设计收集有效信息的方案和实施方法。

第五章 问卷设计

教学基本要求:

在建筑市场调查中事先准备好的询问提纲或调查表等文件统称为问卷。通过本章学习,使学生们熟练掌握问卷设计的原则、技巧,达到准确表达和收集有效信息的调研目的。问卷设计需具备统计学、社会学、心理学、计算机软件等多方面的知识,同时,还需要具有一定的实践经验。

第六章 调查的实施

(二) 教学基本要求

通过对本章的学习,能够使学生们了解国内外建筑市场调查的运作过程,能够制定详细的建筑市场调查实施计划,并掌握一定的访问技巧。

第七章 调查数据的整理

教学基本要求:

通过本章学习,使学生们掌握调查资料的接收、校订、编码、录入、数据净化、统计预处理等调查数据的简单处理方法和程序。

第八章 调查结果的报告

教学基本要求:

建筑市场调查的复杂程度和规模各有不同,但在最后阶段都需要提供完整有效的调查报告,说明调查的内容和问题。通过本章的学习,使学生们掌握调查报告的主要形式、步骤和技巧,锻炼学生能够独立进行调查报告的组织和撰写

(三) 课程学时安排

章目	教学内容	教学环节			
		理论教学学时	实验(实训)教学学时		
一	建筑市场调查的沟通技巧	4	4		
二	建筑市场调查方案的设计	2			
三	建筑市场调查方法	2			

四	抽样设计	2	2		
五	问卷设计	2			
六	调查的实施	2	4		
七	调查数据的整理	2	4		
八	调查结果的报告	2	2		
总计	总学时 32	16	16		

六、课程实施建议

（一）教学模式

启发式、问题式、范例式教学。

（二）教学方法

讲授法，结合案例分析授课。

（三）教学手段

理论授课辅助电子课件。

七、考核与评价

（一）考核方式

上交成果

（二）成绩构成

平时成绩+期末作业成绩

八、课程教学资源

（一）教材选用建议

选用《建筑市场调查方法与技术》（第2版），简明，金勇进，蒋妍 编著。

（二）教材编写建议

结合学生对商务谈判认知的片面性，以企业经营管理中需要通过建筑市场调查处理的主要问题作为主体，介绍建筑市场调查方法和及时如何运用于这些方面，为学生的学习以及以后打下坚实基础。

（三）参考书目

（1）市场运行原理：李金轩 北京，中国人民大学出版社

(2) 市场经济统计学：卞祖武 上海，上海财经大学出版社

(3) 建筑市场调查与预测：龚曙明 长沙，中南工业大学出版社

《建筑市场调查》 授课计划

一、课程基本信息

课程名称	建筑市场调查	课程编号		考试/考查	考查
总学时	32	实验（实训）学时	16	总学分	2
课程性质	选修	适用专业		开课单位	建筑工程学院

二、课程的性质与任务及设置目的

（一）课程性质与任务

建筑市场调查技巧是项目经理人班级课程，它以市场为客体，以工商企业为主体，研究与阐述建筑市场调查与分析的基本原理和方法，通过教学，使学生充分认识市场特点及其活动，明确建筑市场调查与分析在企业经营理论中的重要作用，培养学生深入实际注重调查分析研究的优良作风，提高学生分析问题、研究问题、解决问题的实际工作能力。

三、课程目标

（一）总体目标

《建筑市场调查》的理论目标是为从事市场营销工作的人员，对建筑市场调查有一个基本的认识，掌握调查方案的设计等基础知识，学生必须要掌握建筑市场调查基本的理论知识。

（二）具体目标

1. 知识目标

通过对该门课程的学习，学生应当掌握建筑市场调查的基本原则、理论、方

法、技巧以及在建筑市场调查中所应注意到的特殊之处，然后结合具体的案例有针对性地运用这些原则、理论、方法、技巧去分析问题、解决问题，真正做到理论与实践相结合，理论指导实践，实践检验理论。

2. 能力目标

通过实训和实践，学生应该逐渐达到以下能力：

- (6) 市场认识能力
- (7) 调查设计能力
- (8) 信息搜集能力
- (9) 信息处理与分析能力
- (10) 市场分析能力

3. 素质目标

通过对本课程的学习，帮助学生加深理论认识，拓宽视野，提高理解能力；通过模拟训练，方案设计，多重调研工具使用，帮助学生提高认知能力。多种实践结合，校内与校外实践结合，帮助学生提高知识应用能力。在以后的职业中具备一定相关职业素养打好基础。

(三) 课程学时安排

章目	教学内容	教学环节			
		理论教学学时	实验（实训）教学学时		
一	建筑市场调查的沟通技巧	4	4		
二	建筑市场调查方案的设计	2			
三	建筑市场调查方法	2			
四	抽样设计	2	2		
五	问卷设计	2			
六	调查的实施	2	4		
七	调查数据的整理	2	4		
八	调查结果的报告	2	2		
总计	总学时 32	16	16		

《建筑企业文化》课程

建筑企业竞争不仅表现在知识、技术、服务等方面，更表现在企业文化竞争之中。强调“以人为本”，树立良好的企业形象，提升企业核心竞争力的基础和着力点在于企业文化的建设。

一、提升企业的核心竞争力

二、企业文化

- 1、企文化的概念
- 2、企业文化的内涵
- 3、企业的功能

三、建筑企业的文化特点

- 1、建筑企业是劳动力密集的行业
- 2、建筑企业产品

四、文化建设与创新

- 1、企业精神
- 2、企业文化
- 3、立足以人为本
- 4、工地文化

实训作业：

从建筑企业的特点出发，编制“广州砦鼎建筑工程有限公司企业文化方案”

《建筑企业文化》授课计划

一、课程基本信息

课程名称	建筑企业文化	课程编号		考试/考查	考查
总学时	32	实验（实训）学时	20	总学分	2
课程性质	选修	适用专业		开课单位	建筑工程学院

二、课程的性质与任务及设置目的

（一）课程性质与任务

通过企业文化培训学员能够系统学习基于实战的“企业文化创造”理论，迅速掌握企业文化建设方案与管理的具体策略与实操方法，直接建立与知名企业文化管理专家的长期沟通渠道。企业文化建设课程主要包括：企业文化的概念与内涵；企业执行力与企业文化；企业核心理念与价值观；企业文化层次及亚文化；企业的形象战略系统；企业文化建设流程与方法。

三、课程目标

（一）总体目标

《建筑企业文化》的理论目标是为所有项目经理人班的人员，对建筑企业文化有一个基本的认识，最终完成广州砣鼎建筑工程有限公司企业文化方案的编制。

（二）具体目标

1. 知识目标

通过对该门课程的学习，学生应当掌握建筑企业文化的基本原则、理论、方法、技巧以及在建筑企业文化中所应注意到的特殊之处，然后结合具体的案例有针对性地运用这些原则、理论、方法、技巧去分析问题、解决问题，真正做到理论与实践相结合，理论指导实践，实践检验理论。

2. 能力目标

通过实训和实践，学生应该逐渐达到以下能力：

- 理解企业精神文化用
- 能理解并制定企业制度文化
- 能理解并制定企业行为文化
- 能理解并制定企业物质文化
- 掌握建筑企业文化传播途径
- 制定企业文化方案

（三）课程学时安排

章目	教学内容	教学环节			
		理论教学学时	实验（实训）教学学时		
一	建筑企业文化概述	2			
二	企业精神文化	2			

三	企业制度文化	2		
四	企业行为文化	2		
五	企业物质文化	2	2	
六	建筑企业文化传播	2	2	
七	建筑企业文化实训		16	
总计	总学时 32	12	20	

《建筑商务谈判技巧》课程

一、课程定位

培养适应社会主义市场经济和现代化建设需要具有系统、扎实的工程谈判理论知识和实战技能的工程类复合型卓越人才。重点培养学生的工程承发包类商务谈判能力，使学生树立正确的谈判观念和正确解决问题的思维方式。

二、工作任务和课程目标

1、工作任务及职业能力

表 1 工作任务与职业能力分析表

工作领域	工作任务	职业能力	学习项目
建筑工程长 发包谈判岗 位	商务谈判的 理论部分	树立在各类工作中的谈判意识	商务谈判的起源、类型、原则、 评价标准
	商务谈判的 前期准备工作	具备搜集谈判资料的能力并 确定谈判目标和议程	商务谈判谈判的信息准备、确定 谈判目标、拟定谈判计划及模拟 谈判
	商务谈判的 实践部分	营造谈判气氛、了解谈判流 程、掌握谈判技巧、注重谈判 礼仪	商务谈判的开局、报价、磋商、 沟通、成交和签约及商务谈判礼 仪
	案例	建筑工程谈判实战	某工程项目谈判

2、课程目标

本课程教学目的在于使学生对建筑工程类谈判原则与模式、谈判伦理、谈判

心理、谈判思维有明确认识；对商务谈判准备、开局策略、对付压力技巧、价格谈判技巧、签约理论与技能掌握；掌握商务谈判礼仪、礼节、风格理论，能够应用谈判技巧。

本课程的教学目标细分为：

1. 能力目标

- (1) 能做好谈判的准备工作。
- (2) 能进行谈判信息的收集、整理与分析。
- (3) 能设计谈判的开局，能控制谈判的进程。
- (4) 能根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的判断能力和决策能力。
- (5) 能坚守谈判目标，及时调整心态，防止挫败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功。
- (6) 撰写谈判响应书等。

2. 知识目标

- (1) 掌握商务谈判的概念、分类、谈判理念和模式。
- (2) 了解谈判的基本程序。
- (3) 掌握信息收集的内容与处理的方法。
- (4) 掌握商务谈判开局的方法和策略
- (5) 掌握商务谈判的策略和技巧。
- (6) 掌握打破僵局的策略和技巧。
- (7) 掌握合同签订的程序和注意事项。

3. 态度目标

锻炼提升学生的心理素质，树立正确的谈判观念，使学生能够冷静沉着面对谈判中的僵局、威胁、诱惑，并使学生能够树立保密、谨慎的职业素质，培养学生遵纪守法、不为私利损害国家、集体和他人利益的职业道德。

三、教学组织

根据对工程类商务谈判的工作任务与职业能力分析，本课程设计了 2 个学习项目，在项目的教学实施中，进一步分解成以下 8 个学习型工作任务。

序号	工作任务	工作子任务	技能内容及要求	知识内容及要求	活动设计	学时
1	熟悉岗位	1.1 谈判工作职责描述	能熟练为商务谈判做好准备； 能熟练应对谈判中的不道德行为。	掌握商务谈判的道德规范； 掌握制定商务谈判的技巧。	观看一个谈判视频； 学生分组对给定任务进行洽谈取得一致。	2
2	制定谈判计划	2.1 确定谈判需求 2.2 确定谈判目标 2.3 准备谈判人员 2.4 设计谈判过程	能熟练制作谈判计划； 能在谈判中熟练运用谈判策略； 能有效管理谈判过程； 能有效管理谈判人员。	掌握商务谈判的战略； 掌握谈判人员人事选择技巧。	教师分析先导案例，解释谈判双方的需求与目标、讲解谈判人员的配备与过程的组织； 学生根据给定谈判项目，设计己方需求与目标、准备谈判人员、设计谈判过程。	4
3	谈判原则	3.1 确定谈判立场 3.2 多听与少讲	能熟练把握立场与利益分寸； 能有效协调谈判双方的利益、寻找共同点； 能建立良好的谈判气氛。	掌握商务谈判的各种原则； 掌握商务谈判的基本要领。	教师讲解谈判各种原则； 教师布置谈判任务； 学生根据要求分组完成谈判过程，注意确定谈判立场、谈判过程中气氛、听与讲的和谐处理。	2
4	谈判开局	4.1 建立良好谈判气氛 4.2 破题 4.3 激发欲望	能运用技巧调动谈判对手的欲望； 能在谈判过程中按照需要对谈判方案进行调整。	掌握激发欲望的方法； 掌握谈判开局的策略； 掌握调动对方的策略。	教师讲解建立良好谈判气氛的要点、谈判开局的策略、激发欲望的方法； 学生根据要求分组完成谈判过程，注意谈判过程中气氛的把握、如何以适当的方式开始谈判、如何激发对方对己方话题的兴趣等问题。	2

5	谈判较量	<p>5.1 提出需求与满足需求</p> <p>5.2 设立与排除障碍</p> <p>5.3 应变</p> <p>5.4 施压与解压</p> <p>5.5 让步与进展</p>	<p>能在较量谈判过程中有效探测对方的需求；</p> <p>能在较量谈判过程中提出自己的要求；</p> <p>能在较量谈判中协调双方需求；</p> <p>能在较量谈判中排除障碍；</p> <p>能在较量谈判中化解对方的压力；</p> <p>能在较量谈判中向对方施加有效压力；</p> <p>能在较量谈判中把握让步的时机。</p>	<p>掌握排除障碍的方法；</p> <p>掌握让步的技巧；</p> <p>掌握对待竞争者的几种策略。</p>	<p>教师讲解谈判较量过程的特点；</p> <p>教师提出一个谈判任务，任务中含有谈判较量过程中的要求；</p> <p>学生根据己方立场在谈判中提出要求、排除障碍、施压与解压或做出让步，最终完成谈判任务。</p>	4
6	谈判协调	<p>6.1 提问</p> <p>6.2 回答</p> <p>6.3 说服</p> <p>6.4 电话磋商</p>	<p>能运用谈话技巧协调谈判过程；</p> <p>能有效地向对方提问；</p> <p>能运用技巧说服对方；</p> <p>能按照电话谈判的技巧进行谈判。</p>	<p>掌握谈话的技巧；</p> <p>掌握提问的技术；</p> <p>掌握回答的技巧；</p> <p>掌握说服的技巧；</p> <p>掌握示范的技巧；</p> <p>掌握电话谈判的技巧。</p>	<p>教师讲解提问、回答、说服、电话磋商谈判的特点、要领与注意的问题；</p> <p>学生根据要求分组完成一个面对面谈判任务，注意谈判过程中如何提问、如何回答对方提出的问题及说服对方；</p> <p>学生根据要求分组进行电话磋商，注意电话磋商的特点与注意事项。</p>	4
7	结束谈判	9.1 结束谈判	<p>能熟练掌握结束谈判的契机；</p> <p>能运用技巧结束谈判。</p>	<p>掌握结束谈判的时机；</p> <p>掌握结束谈判的方法。</p>	<p>教师讲解结束谈判的技巧与方法；</p> <p>学生完成给定的谈判任务，注意结束谈判时的技巧与方法。</p>	2

8	工程谈判实战案例	编制谈判响应书	能编制谈判响应书。	谈判响应书编制方法。 结合所学的招投标知识完成谈判响应文件	教师讲解谈判中常见问题及一般处理原则； 学生完成给定的谈判任务，要求在谈判中给对方制造至少一个麻烦或问题。	12
	合计					32

四、教学内容与能力要求

项目一 教学内容与能力表

项目一：商务谈判理论知识	参考学时：20 学时
项目任务：为后续进行的学习项目进行知识准备。	
教学目标	知识目标：（1）了解谈判的动因与目的、主要方式与含义 （2）熟悉商务谈判的类型、模式 （3）掌握商务谈判的概念、特征、原则和评价标准
	技能目标：（1）树立谈判无处不在的观点和意识 （2）在日常生活中，能通过谈判，实现一定的商品买卖目标
	态度目标：（1）创新意识——在各部分的教学，必须联系学生运用谈判能力的实际，有针对性地突出教材的重点，使学生学了商务谈判的理论和知识，真正能够用来指导自己的工作实践 （2）团结协作精神——互相帮助、相互学习、共同完成任务 （3）诚实守信品格——遵守纪律、正确做事，做正确的事 （4）职业道德操守——爱岗敬业、用于进取
教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，通过课堂练习，加深学生对相关知识和理解和掌握	
教学内容：（1）商务谈判的概念与特征（2）商务谈判的类型、模式和评价标准	
训练项目：商务谈判理论知识	
工作方法：教学课件、案例分析、教材、学生练习	
工作成果：完成知识和技能的学习和掌握	
考核评价：教师布置课堂练习和课后作业并进行批改，按等级进行计分	

项目二 工程投标实战

项目三：工程商务谈判实战	参考学时：12 学时
项目任务：详细阅读招标书（谈判文件），并结合专业知识，按照要求完成谈判响应书的编制	
教学目标	知识目标：（1）工程招投标知识（2）工程计量与计价应用
	技能目标：（1）能够完成谈判 （2）能够完成谈判响应书等文件的编制
教学实施：通过具体案例，实战形式组织教学	
教学内容：（1）某工程招标文件发布（2）分析谈判文件、制定计划、组织分工 （3）编撰响应文件（4）成果评价	
训练项目：某工程投标相应文件编制	
工作方法：实战型教学方法	
工作成果：完成某工程谈判响应书编制	
考核评价：教师充当招标方，按工程发包需要评价并计分	

五、教学方法与手段

在该课程采用的教学模式下，各个项目采用的共同的教学方法和手段是理论讲授法、练习法；教学手段充分运用多媒体教学手段、利用相关的教学软件进行实训练习。

六、考核与评价

课程考试考核采用笔试加平时成绩综合评定的考核方法，实行百分制评定，其中笔试成绩占 70%，平时成绩占 30%。

课程考核成绩表

项目名称	成绩	权重	项目成绩	项目成绩权重	课程考核成绩
项目一 商务谈判理论环节	知识	60%		50%	100
	技能	20%			
	态度	20%			
	技能	50%			
	态度	20%			
项目三 商务谈判实践环节	知识	20%		50%	
	技能	60%			
	态度	20%			
	技能	30%			

	态度	20%			
--	----	-----	--	--	--

《建筑商务谈判技巧》 授课计划

一、课程基本信息

课程名称	建筑商务谈判技巧	课程编号		考试/考查	考查
总学时	32	实验（实训）学时	20	总学分	2
课程性质	选修	适用专业		开课单位	建筑工程学院

二、课程的性质与任务及设置目的

（一）课程性质与任务

商务谈判其目的是改变相互间的关系并交换观点，以期达成协作的求同过程。既要确定各自的权利与利益，又要考虑他方的惠利。学会在谈判中搜集信息；学会准备、沟通找信息；学会用路线图武装自己；学会价格谈判系统策略；学会在谈判中掌握主动。通过商务谈判技巧培训让学生建立高超的商务谈判策略，对项目管理人员的职业生涯和维护企业利益，具有难以替代的重要价值。

三、课程目标

（一）总体目标

《建筑商务谈判技巧》的理论目标是为所有项目经理人班的人员，对建筑商务谈判技巧有一个基本的认识，谈判技巧培训旨在帮助学员学会一句话让谈判致胜，学生必须要掌握建筑商务谈判技巧基本的理论知识，再在实战中运用和演练。

（二）具体目标

1. 知识目标

通过对该门课程的学习，学生应当掌握建筑商务谈判技巧的基本原则、理论、方法、技巧以及在建筑商务谈判技巧中所应注意到的特殊之处，然后结合具体的案例有针对性地运用这些原则、理论、方法、技巧去分析问题、解决问题，真正做到理论与实践相结合，理论指导实践，实践检验理论。

2. 能力目标

通过实训和实践，学生应该逐渐达到以下能力：

- (11) 谈判中搜集信息能力
- (12) 用路线图武装自己
- (13) 价格谈判系统策略能力
- (14) 商务谈判策略能力

(三) 课程学时安排

章目	教学内容	教学环节			
		理论教学学时	实验（实训）教学学时		
一	熟悉岗位	2			
二	制定谈判计划	2	2	场景模拟	
三	谈判原则	2			
四	谈判开局	2			
五	谈判较量	2	2	场景模拟	
六	谈判协调	2	2	场景模拟	
七	结束谈判	2			
八	编制谈判响应书		12		
总计	总学时 32	12	20		

2018 年创新创业先锋班开设情况

所属学院	先锋班名称	依托专业	本学期开设课程	人数
创业教育学院	第二期创业经理人班	工商企业管理专业(中小企业创业与经营)	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、创业团队管理、创业融资、初创企业商务谈判、微信营销实战	26
机电学院	首期新工科创创新创业先锋班	机电一体化技术、电气自动化技术、数控技术、模具设计与制造	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、工业机器人多轴创新训练、3D 打印工艺技术、机电产品营销、自动化生产线创新控制训练	30
建筑工程学院	城市建设精英班	建筑工程技术	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、建筑方案设计、施工图绘制、生产性实战课程-工程管理、建筑商务谈判技巧	25
建筑工程学院	首期工程创优科研班	建筑工程造价	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、revit 应用基础、建设工程质量创优、建设工程工法创新、BIM 技术集成及 5D 应用	29
经济与管理学院	第二期财务经理人班	会计、财务管理	公司创业实战、创业融资、全面成本管理、真账实操培训、初创企业税收筹划、财务法律必备与合同审核	34
经济与管理学院	第三期物流经理人班	物流管理	公司创业实战、创业融资、物流企业管理与技能训练、物流经理人素养与技能训练、物流供应链管理、物流战略管理与技能训练	32
人文学院	首期网络视频策划与直播班	网络新闻与传播专业、传播与策划专业	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、微剧本策划与撰写、网络视频直播艺术、微电影创作实录、网络直播营销操作	20
外语外贸学院	首期电商营销班	国际经济与贸易	公司创业实战、企业经营管理沙盘实训、电商平台营销推广、商务礼仪与沟通技巧、跨境电商营销实战、推销与谈判技巧	30
信息学院	第二期电商运营总监班	电子商务专业	公司创业实战、企业经营管理沙盘实战、新媒体营销、互联网产品设计、电商广告与运营实战、网页美工与后期处理	28
艺术与设计学院	第二期“室内设计经理人班”	室内艺术设计、艺术设计、环境艺术设计专业	公司创业实战、施工材料与工艺实战、方案设计技巧培训企业经营管理沙盘实战、工程预算实战、软装设计实战、公司创业实战	21

（一）第二期创业经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《创业团队管理》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《创业融资》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《微信营销实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《初创企业商务谈判》课程

一、课程基本信息

课程名称：初创企业商务谈判	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用专业：各专业	编 制 人：陈飞飞
审 核 人：陈飞飞	制 订 时 间：2018 年 8 月 14 日

二、课程性质

《商务谈判》是创新创业先锋班创业经理人班的必修课。本课程是为了满足

社会对于高职高专学生学习商务谈判的基本理论和技能的需要而开设。通过本课程的学习，可以提高学生的谈判能力，逐步形成良好的气质、风度和涵养，并且体现较高的综合素质，步入社会后能表现出良好的精神风貌、礼仪行为、逻辑思维和谈吐能力。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1、能力目标：

总体目标：能够运用商务谈判的基本知识，在学生即将步入工作时，较为自然和娴熟地进行商务交往与谈判，并逐步形成良好的气质、风度涵养、逻辑思维和谈吐能力，体现较高的综合素质。

具体目标：

（1）能够在商务活动中做到仪容整洁、举止规范、服饰得体、体态优雅、交际礼貌，能够善用电话交际和演讲交际。

（2）能够为商务谈判收集相关情报信息并能够切实地确定商务谈判的目标。

（3）能够在商务活动中正确的使用语言礼仪，善用语言的交际艺术，而且能娴熟灵活地运用各种商务谈判技巧，并实际运用到商务谈判中去。

（4）能够在商务谈判中对谈判对方当事人的心理进行正确的分析而且具备成功谈判者的心理素质。

（5）能够按照商务礼仪的规范要求对商务谈判人员进行选拔和应聘。

（6）能够按照商务礼仪的规范要求和商务谈判的原则要求，进行商务谈判的开局、报价、磋商，并能订立书面的协议。

2、知识目标：

总体目标：掌握商务谈判的基本知识，在学生即将步入工作时，为正确的待人接物和商务谈判做良好的理论指导。

（1）了解商务礼仪形象设计的原则，掌握仪容、举止、仪表服饰、体态语言的礼仪要求；了解商务语言交际的艺术、方式、技巧、禁忌，了解交际中的文化差异，掌握电话交际和演讲交际的礼仪要求。

（2）掌握谈判信息收集的方法并理解商务谈判目标的层次。

(3) 掌握商务谈判的各种策略技巧, 重要的语言交际方式, 了解语言交际礼仪的禁忌及商务谈判障碍排除的方法。

(4) 了解商务谈判的动机以及成功谈判者应具备的心理素质, 掌握谈判心理分析的方

(5) 了解对商务谈判人员进行选拔的方式及商务谈判团体的构成, 理解应聘准备工作的内容, 掌握面试和笔试的礼仪要求, 求职信函的写作要求以及应打求职电话的技巧。

(6) 理解会面礼仪(迎送、称谓、介绍、握手与致意、名片使用、)的基本功能和商务人员日常交往礼仪的理论知识, 掌握各类商务信函的书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节, 各种涉外商务活动的礼仪要点以及商务谈判各阶段的技巧与要点。

3. 素质目标:

- (1) 具备商务谈判团队合作的素质。
- (2) 培养对外沟通交流、协商的素质。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计

序号	项目(模块)名称	学时
1	商务谈判准备阶段的礼仪与能力训练	4
2	商务谈判技巧能力与礼仪训练	10
3	商务谈判组织阶段的礼仪与能力训练	6
4	模拟商务谈判过程	12
	合计	32

2. 能力训练项目设计(一般指二级项目内容)

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果展示(可展)
1.1	基	2	(1) 能够根据商务人	(1) 仪容举止礼	(1) 从学生朗读课	学生上讲

	本商务礼仪		员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装，做到仪容整洁、举止规范；(2) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装做到服饰得体；(3) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求做到体态优雅。	仪：①仪容②举止； (2) 商务着装服饰礼仪规范； (3) 各种体态表达的方式和种类； (4) 正确的体态礼仪。	后案例入手(2) 提出问题(3) 根据问题讲解商务人员的形象设计的原则和仪容、举止礼仪(4) 要求学生回答商务人员应该如何进行仪容、举止礼仪的运用，以及错误的仪容举止有哪些和其重要性。(5) 学生示范	台演示，仪态的图片、视频。
1.2	商务谈判的准备	2	(1) 能够为商务谈判收集相关情报信息； (2) 能够切实地确定商务谈判的目标。	(1) 掌握谈判信息收集的方法；(2) 理解商务谈判目标的层次。	(1) 教师提供案例供学生讨论；(2) 学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；(3) 分组陈述，交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
2.1	商务谈判的策略	2	能够灵活运用谈判策略进行谈判。	(1) 掌握商务谈判的目标与策略；(2) 掌握商务谈判的程序与策略。	(1) 教师提供案例供学生讨论；(2) 学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；(3) 分组陈述，交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
2.2	商务谈判的沟通技巧训练	2	(1) 能够与不同类型的企业进行沟通；(2) 能够与不同国籍的商人进行沟通。	(1) 掌握与不同类型的企业进行沟通的技巧；(2) 掌握与外商沟通的技巧。	(1) 教师提供案例供学生讨论；(2) 学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；(3) 分组陈述，交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
2.3	商务谈判语言	2	(1) 能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种语言技巧；(2) 能够善用语言的交际艺术，适时运用有声语言或附语言及交际	(1) 掌握商务谈判的各种语言技巧； (2) 理解语言交际礼仪的重要性；(3) 了解语言交际艺术三要素；(4) 掌握	(1) 从一则有关于语言闹出的笑话入手(2) 提出问题请学生思考(3) 讲解语言交际的相关内容(4) 在讲解完交	学生完成案例分析和课堂问答，分组把讨论结果记录在

	交流的礼仪与能力训练		技巧。	语言交际方式有哪些。	际礼仪的内容后，请学生回答思考题；（5）教师提供案例供学生讨论；（6）学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论。	作业纸上。
2.4	商务谈判的价格技巧训练	2	能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种价格技巧。	掌握商务谈判的各种价格技巧。	（1）教师提供案例供学生讨论；（2）学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；（3）分组陈述，交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
2.5	商务谈判障碍排除的礼仪与能力训练	2	（1）能够运用语言工具与他人有效沟通，避免语言禁忌；能够根据文化差异善用语言交际礼仪；（2）能够利用商务谈判障碍排除的方法在商务谈判里排除障碍；（3）能够在商务谈判中合理处理反对意见；（4）能够在商务谈判中掌控谈判的气氛。	（1）了解语言交际中的文化差异（2）掌握语言交际的规则和技巧 （3）掌握语言交际的禁忌；（4）理解商务谈判障碍排除的方法；（5）掌握在商务谈判中对反对意见处理的方法；（6）掌握在商务谈判中谈判气氛控制的方法。	（1）从一则有关于语言闹出的笑话入手（2）提出问题请学生思考（3）讲解语言交际的相关内容（4）在讲解完交际礼仪的内容后，请学生回答思考题。（5）学生示范	学生完成案例分析和课堂问答，分组把讨论结果记录在作业纸上。
3.1	商务谈判的心理	2	（1）能够对谈判对方当事人的心理进行正确的分析；（2）能够在商务谈判中具备成功谈判者的心理素质。	（1）了解商务谈判的动机；（2）掌握谈判心理分析的方法；（3）了解成功谈判者应具备的心理素质。	（1）教师提供案例供学生讨论；（2）学生分组角色扮演，讨论案例并得出结论；（3）分组陈述，交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。

	分析					
3.2	商务谈判人员的应聘与选拔	4	(1) 能够在求职过程中做好准备工作, 能够撰写符合应聘岗位要求的求职信、有技巧的拨打求职电话、面试和笔试; (3) 能够对商务谈判人员进行选拔; (4) 能够对商务谈判人员进行合理的组织。	(1) 应聘准备工作 (2) 面试礼仪 (3) 求职信函、求职电话和笔试礼仪 (4) 了解对商务谈判人员进行选拔的方式; (5) 了解对商务谈判团体的构成。	(1) 引入两则面试结果相反的案例 (成功和失败), 请学生思考原因 (2) 介绍应聘与选拔应掌握的技巧和礼仪 (3) 请学生回答案例问题 (4) 第三则案例揭示当今社会用人单位最看重的几种素质 (5) 学生示范	学生能做好准备工作, 熟练掌握和运用应聘礼仪和技巧, 学生上台模拟应聘
4.1	模拟商务谈判的开局	4	(1) 能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行开局; (2) 能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用称谓和介绍礼仪; (3) 能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用握手和致意礼仪、名片使用礼仪; (4) 能够运用商务迎送、会见、洽谈、宴请及陪同礼仪的规范和要求。	(1) 了解商务谈判里开局的重要性; (2) 理解称谓礼仪和介绍礼仪的基本功能, 掌握基本程序和基本原则; (3) 理解握手和致意礼仪以及名片使用礼仪的基本功能, 掌握基本程序和基本原则; (4) 掌握涉外迎送、会见、洽谈的礼仪操作要点。	(1) 展示一则业务员洽谈订单却失败的例子 (2) 提出问题, 让学生思考 (3) 进而引出“商务会面四要素”, 详细讲解会面的礼仪和介绍礼仪 (4) 学生示范; (5) 让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的开局。	会面礼仪的相关内容及其注意的问题, 学生上台演示称谓、介绍的礼仪, 模拟商务谈判的开局。
4.2	模拟商务谈判的报价	2	(1) 能够掌握书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节; (2) 能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行合理的报价。	(1) 掌握各类商务信函、致词、电邮以及涉外商务信函的书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节; (2) 了解报价的原则; (3) 掌握报价的形式。	(1) 展示几种正规的商务文书。以实物来讲解商务文书的规范格式和结构以及需要注意的问题 (2) 案例分析 (3) 学生示范 (4) 让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的报价。	学生展示自己所撰写的商务文书, 并让别的学生来评分, 模拟商务谈判的报价, 做书面形式的报价。
4.3	模拟商务	4	(1) 能够正确和自觉的按照礼仪规范的要求去举办各类商务活动: 能够正确使用商	(1) 了解商务礼仪在日常商务活动中的发挥的重要作用 (2) 理解和掌握商	(1) 介绍商务会议礼仪和商务洽谈礼仪 (2) 在介绍的基础上, 分别给出两	学生上台演示商务会议礼仪和商务洽

	谈判的磋商		务会议、商务洽谈礼仪；(2)能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行磋商。	务会议、商务洽谈中的礼仪规范和要求；(3)掌握商务谈判里磋商的技巧。	则案例(3)提出问题,让学生对比思考(4)讨论得出结论(5)让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的磋商	谈礼仪的规范性,分组角色扮演,模拟磋商,上台演示。
4.4	模拟商务谈判协议达成	2	(1)能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行达成最后的协议；(2)能够起草和订立书面协议。	掌握书面协议的条款。	(1)学生分组拟定书面的协议；(2)分组派代表上台展示并做陈述；(3)提出问题,让学生对比思考；(4)讨论得出结论；(5)考核打分。	分组书写谈判之后达成的协议。

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法
1	1	2	基本商务礼仪	(1)能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装,做到仪容整洁、举止规范；(2)能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装做到服饰得体；(3)能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求做到体态优雅。	1.1	(1)理解商务礼仪的内涵、主要功能；(2)掌握基本特征和构成要素；(3)了解商务人员形象设计遵守的原则；(4)掌握商务人员仪容和举止礼仪要求；(5)掌握商务人员仪表服饰礼仪要求；(6)掌握商务人员仪表服饰礼仪规范；(7)掌握各种体态表达的方式和种类；(8)掌握不同体态表达的含义；(9)	学生上台演示,仪态的图片、视频。

						掌握正确的体态礼仪。	
2	2	2	商务谈判准备	(1) 能够为商务谈判收集相关情报信息; (2) 能够切实地确定商务谈判的目标。	1.2	(1) 掌握谈判信息收集的方法;(2) 理解商务谈判目标的层次。	分组模拟上台演示
3	3	2	商务谈判策略	能够灵活运用谈判策略进行谈判	2.1	(1) 掌握商务谈判的目标与策略;(2) 掌握商务谈判的程序与策略。	案例分析, 分组讨论形成结论, 记录在作业纸上, 交叉考核打分
4	4	2	商务谈判的沟通技巧训练	(1) 能够与不同类型的企业进行沟通;(2) 能够与不同国籍的商人进行沟通。	2.2	(1) 掌握与不同类型企业进行沟通的技巧;(2) 掌握与外商沟通的技巧。	商务谈判的沟通技巧 分组模拟场景, 上台演示
5	5	2	商务谈判语言交流的礼仪与能力训练	(1) 能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种语言技巧;(2) 能够善用语言的交际艺术, 适时运用有声语言或附语言及交际技巧。	2.3	(1) 掌握商务谈判的各种语言技巧;(2) 理解语言交际礼仪的重要性;(3) 了解语言交际艺术三要素;(4) 掌握语言交际方式有哪些?	不同语言技巧的运用。 分组讨论, 模拟场景, 上台演示。
6	6	2	商务谈判的价格技巧训练	能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种价格技巧	2.4	掌握商务谈判的各种价格技巧	不同价格技巧的运用。 分组讨论, 模拟场景, 上台演示。
7	7	2	商务谈判障碍排除的礼仪与能力训练	(1) 能够运用语言工具与他人有效沟通, 避免语言禁忌;(2) 能够根据文化差异善用语言交际礼仪;(3) 能够利用商务谈判障碍排除的方法在商务谈判里排除障碍;(4) 能够	2.5	(1) 了解语言交际中的文化差异;(2) 掌握语言交际的规则和技巧;(3) 掌握语言交际的禁忌; ;(4) 理解商务谈判障碍排除的方法;(5) 掌握在商务谈判中对	分别阐述语言交际技巧和交际禁忌; 区分商务语言交际的文化差异。采取

				在商务谈判中合理处理反对意见；(5)能够在商务谈判中掌控谈判的气氛。		反对意见处理的方法；(6)掌握在商务谈判中谈判气氛控制的方法。	课堂提问和课后作业方式考核
8	8	2	商务谈判的心理分析	(1)能够对谈判对方当事人的心理进行正确的分析；(2)能够在商务谈判中具备成功谈判者的心理素质。	3.1	(1)了解商务谈判的动机；(2)掌握谈判心理分析的方法；(3)了解成功谈判者应具备的心理素质。	情景模拟,角色扮演,分组演示,交叉打分考核。
9	9	2	商务谈判人员的选拔与组织	(1)能够对商务谈判人员进行选拔；(2)能够对商务谈判人员进行合理的组织。	3.2	(1)了解对商务谈判人员进行选拔的方式；(2)了解对商务谈判团体的构成。	案例分析,分组讨论,上台展示,各组交叉打分考核。
10	10	2	商务人员应聘礼仪的训练	能够在求职过程中做好准备工作,能够撰写符合应聘岗位要求的求职信、有技巧的拨打求职电话、面试和笔试	3.2	(1)理解应聘准备工作的内容 (2)掌握面试和笔试的礼仪要求 (3)掌握求职信函的写作要求 (4)掌握应打求职电话的技巧	应聘准备工作要求。求职信函与求职电话。面试与笔试礼仪。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
11	11	2	商务谈判开局的基本礼仪	(1)能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用称谓和介绍礼仪；(2)能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用握手和致意礼仪、名片使用礼仪；(3)能够掌握涉外商务礼仪的原则和基本要求,并能运用商务迎送、会见、洽谈、宴请及陪同礼仪的规范和要求。	4.1	(1)了解称谓礼仪和介绍礼仪的基本概念、特征及必要性；(2)理解称谓礼仪和介绍礼仪的基本功能,掌握基本程序和基本原则；(3)了解握手与致意礼仪以及名片使用礼仪的基本概念、特征及必要性；(4)理解握手和致意礼仪以及名片使用礼仪的基本功能,掌握基本程序和基本原	掌握以下会面礼仪的要点:握手与致意礼仪、名片使用礼仪。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。

						则；(5) 了解涉外商务礼仪的原则；(6) 掌握涉外商务礼仪的基本要求；(7) 掌握涉外迎送、会见、洽谈的礼仪操作要点；(8) 初步掌握涉外商务宴请的组织安排、涉外陪同和参观礼仪。	
12	12	2	模拟商务谈判的开局	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行开局。	4.1	了解商务谈判里开局的重要性。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示。
13	13	2	模拟商务谈判的报价	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行合理有利的报价。	4.2	(1) 了解报价的原则；(2) 掌握报价的形式。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示。
14	14	2	商务洽谈礼仪	能够正确和自觉的按照礼仪规范的要求去举办各类商务活动：能够正确使用商务会议、商务洽谈礼仪。	4.3	(1) 了解商务礼仪在日常商务活动中的发挥的重要作用(2) 理解和掌握商务会议、商务洽谈中的礼仪规范和要求。	商务会议、商务洽谈中的礼仪规范和要求。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
15	15	2	模拟商务谈判的磋商	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行磋商。	4.3	掌握商务谈判里磋商的技巧。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示，交叉打分考核。
16	16	2	商务谈判协议达成	(1) 能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行达成最后的协	4.4	掌握书面协议的条款。	案例分析，分组讨论，角

				议；(2) 能够起草和订立书面协议。			色扮演，上讲台演示，交叉打分考核。
--	--	--	--	--------------------	--	--	-------------------

(四) 第一次课设计梗概

第一步：自我介绍和课程设置情况介绍。(5 分钟)

第二步：告知学生本门课程的总体安排、教材处理，上课方式和明确教学目标——贯

穿项目完成后要达到的效果，告知学生考核方式。同时介绍本门课程在学生将来工作中的重要作用(10 分钟)

第三步：介绍课程资源。对教材、参考书、补充资料、网站作简单介绍，说明对教材内容的调整思路，指定参考书目，发放补充资料。(10 分钟)

第四步：讲授新课——商务礼仪的一般性知识介绍。

(1) 告知学生本次课的能力目标和知识目标

(2) 导入商务礼仪，使学生了解商务礼仪的起源与发展，掌握其基本特征和构成要素，并能用基本原则进行商务交往；了解其主要功能和学习的意义，使学生明确提高商务礼仪修养的必要性。(50 分钟) 具体内容如下：

第五步：进行课程小结。(5 分钟)

四、教学组织形式

根据本课程的设计思路，采取以任务的完成为目标的教学组织形式，以任务发生的顺序展开教学过程，以教师的启发引导、讲解示范为辅，以学生自主思考和体验训练为主，融“教”“学”“做”为一体。

同时采用启发引导、情境模拟、角色扮演、案例分析教学方法。即以学生为主体，教师加以适当的引导，提高学生分析问题、解决问题的能力，提高学生的实践技能；按不同的任务要求，分别扮演不同的角色，以达到开发学生的创新能力，自信心的培养；将实际案例引入教材、教学体系中，每个重要知识点均与实际应用结合起来，并将现代商务谈判的技巧能力充分应用于社会实践中。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目	考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%	
过程考核	学习态度	是否积极	课堂提问	观察	5%
	上课考勤	出勤与否	日常考勤	考勤	5%
	平时测验	合格与否	随堂测验	测试	5%
	作业完成	完成情况	作业的完成度以及准确性	检查	10%
	课外实践	是否积极	下企业实习	检查	5%
结果考核	综合实训	完成情况	实训成果	考核	40%
	期末考试	百分制	作业	考查	30%
合 计				100	

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

建议针对高职高专教学的特点,和城建学院教学体系的特色以实用性和应用性为主要驱动力,遵循“教学内容项目化,项目模块化,模块任务化”的教学改革理念:

1. 教学体系设计采用“项目化框架”:整体教学内容以项目分类,紧跟国际商务领域的发展趋势,选取企业最为常见和实用的商务活动类型作为教学体系项目。

2. 教学内容设计采用“模块化框架”:以模块为教学单元,选取企业不同类型的商务活动类型作为不同的教学内容模块。

3. 内容编排突出“任务驱动”:在每个模块里,以一个完整的商务活动为单元来安排教学任务,围绕任务的完成来展开教学内容的编写,体现“任务驱动”教学模式。

（二）推荐教材

《商务谈判与礼仪》,方明亮、刘华主编,科学出版社,2010年。

（三）教学参考资料

1、金正昆.实用商务礼仪.中国人民大学出版社.2009

2、杨丽.商务礼仪与职业形象.大连理工大学出版社.

- 3、何浩然，杨丹妮. 中外礼仪. 东北财经大学出版社. 2006
- 4、周贺来，商务谈判实务，机械工业出版社，2010
- 5、白士强、勾昱，商务谈判，天津大学出版社，2010
- 4、商务人员形象设计的视频资料，正确的体姿和体态的视频资料
- 5、南航新空姐选拔大赛的视频资料
- 6、金正昆讲现代商务礼仪的视频资料
- 7、湖南铁道职业技术学院商务礼仪精品课程：
<http://218.75.196.218:90/ec2006/C33/Course/Index.htm>
- 8、浙江经贸职业技术学院商务礼仪精品课程：
http://jpkc.zjiet.edu.cn/sheng/2009/swly/wlkc_kcbz.html
- 9、安徽职业技术学院商务礼仪精品课程：
<http://220.178.34.248/ec2006/C10/kcms-2.htm>
- 10、天津对外经济贸易职业学院商务礼仪精品课程：
http://www.tifert.com/portal/yxjs/gjmyyx/jpkc/C170315index_1.htm
- 11、九江学院商学院商务谈判精品课程：
<http://www.jju.edu.cn/sxy/jjbsjpkc/swtp/zjjs.htm>
- 12、广东农工商职业技术学院商务谈判国家级精品课程
<http://211.66.88.9:8080/skills/solver/classView.do?classKey=21692>

七、主要教学资源要求

（一）教师要求

1. 教师要紧跟国际商务的发展趋势，选取最为常见和使用的商务活动类型组为教学内容。
2. 教师要针对现代企业普遍重视企业文化建设，重视员工形象塑造的趋势，选取职业形象模块。
3. 教师自身要注重礼仪，在日常生活中处处以身作则，处处体现出商务礼仪对于我们的重要性。

(二) 学习场地、设施要求

多媒体教室, 可以放 ppt、视频和音频

(三) 课程资源的开发与利用

1、课程参考资源的开发和利用。开发并应用一些与商务礼仪相关的直观、形象的图片、视频(动画), 调动学生学习的积极性、主动性, 促进学生理解。

2、实践教学情景的开发与利用。本课程属于实践性较强的课程, 在各种商务场合中能够正确使用礼仪及具备商务谈判的能力是本课程的核心目标。因此利用商务谈判实训室营造一个真实或仿真的环境, 让学生在真实的环境中理解和熟悉, 掌握相关技能, 为学生毕业上岗做好铺垫。

《初创企业商务谈判》授课计划表

2018-2019 学年 第 1 学期

任课教师		陈飞飞			任教课程		商务谈判						
任课班级					采用教材							参考书名称 与作者	
					名称			作者、出版社					
创业经理人班					商务谈判			方明亮 刘华 科学出版社			商务礼仪教程 金正昆		
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配								课程考核方式设想: 30%过程考核成绩, 70%平时实训成绩, 0%期末考试成绩
					总课时	其中							
						课堂讲授	课堂作业	实训	单元测试	参观见习	其他安排	机动	
32	0	32	1	32	32	16		16					
本课程教学目标:													
一、教学目标													
1、能力目标:													
具体目标:													

(1) 能够在商务活动中做到仪容整洁、举止规范、服饰得体、体态优雅、交际礼貌，能够善用电话交际和演讲交际。

(2) 能够为商务谈判收集相关情报信息并能够切实地确定商务谈判的目标。

(3) 能够在商务活动中正确的使用语言礼仪，善用语言的交际艺术，而且能娴熟灵活地运用各种商务谈判技巧，并实际运用到商务谈判中去。

(4) 能够在商务谈判中对谈判对方当事人的心理进行正确的分析而且具备成功谈判者的心理素质。

(5) 能够按照商务礼仪的规范要求对商务谈判人员进行选拔和应聘。

(6) 能够按照商务礼仪的规范要求和商务谈判的原则要求，进行商务谈判的开局、报价、磋商，并能订立书面的协议。

2、知识目标:

(1) 了解商务礼仪形象设计的原则，掌握仪容、举止、仪表服饰、体态语言的礼仪要求；了解商务语言交际的艺术、方式、技巧、禁忌，了解交际中的文化差异，掌握电话交际和演讲交际的礼仪要求。

(2) 掌握谈判信息收集的方法并理解商务谈判目标的层次。

(3) 掌握商务谈判的各种策略技巧，重要的语言交际方式，了解语言交际礼仪的禁忌及商务谈判障碍排除的方法。

(4) 了解商务谈判的动机以及成功谈判者应具备的心理素质，掌握谈判心理分析的方法

(5) 了解对商务谈判人员进行选拔的方式及商务谈判团体的构成，理解应聘准备工作的内容，掌握面试和笔试的礼仪要求，求职信函的写作要求以及应打求职电话的技巧。

(6) 理解会面礼仪（迎送、称谓、介绍、握手与致意、名片使用、）的基本功能和商务人员日常交往礼仪的理论知识，掌握各类商务信函的书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节，各种涉外商务活动的礼仪要点以及商务谈判各阶段的技巧与要点。

3. 素质目标:

(1) 具备商务谈判团队合作的素质。

(2) 培养对外沟通交流、协商的素质。

二、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
过程考核	学习态度	是否积极	课堂提问	观察	5%
	上课考勤	出勤与否	日常考勤	考勤	5%
	平时测验	合格与否	随堂测验	测试	5%
	作业完成	完成情况	作业的完成度以及准确性	检查	10%
	课外实践	是否积极	下企业实习	检查	5%
结果考核	综合实训	完成情况	实训成果	考核	40%
	期末考试	百分制	作业	考查	30%
合 计					100

备注：①相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划；②课程考核方式和考核标准表中用不上的项目请空着，不要删除；③课程考核方式设想、教学用具、课程考核方式和考核标准中内容和数据均可从本课程课程标准中获取。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	基本商务礼仪	1	0	1	0	(1) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装，做到仪容整洁、举止规范；(2) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装做到服饰得体；(3) 能够根据商务人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求做到体态优雅。	学生上讲台演示，仪态的图片、视频。
2	商务谈判准备	1	0	1	0	(1) 能够为商务谈判收集相关情报信息；(2) 能够切实地确定商务谈判的目标。	分组模拟上讲台演示
3	商务谈判策略	1	0	1	0	能够灵活运用谈判策略进行谈判	案例分析，分组讨论形成结论，记录在作业纸上，交叉考核打分

4	商务谈判的沟通技巧训练	1	0	1	0	(1) 能够与不同类型的企业进行沟通; (2) 能够与不同国籍的商人进行沟通。	商务谈判的沟通技巧 分组模拟场景, 上讲台演示
5	商务谈判语言的礼仪与能力训练	1	0	1	0	(1) 能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种语言技巧;(2) 能够善用语言的交际艺术, 适时运用有声语言或附语言及交际技巧。	不同语言技巧的运用。 分组讨论, 模拟场景, 上讲台演示。
6	商务谈判的价格技巧训练	1	0	1	0	能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种价格技巧	不同价格技巧的运用。 分组讨论, 模拟场景, 上讲台演示。
7	商务谈判障碍排除的礼仪与能力训练	1	0	1	0	(1) 能够运用语言工具与他人有效沟通, 避免语言禁忌;(2) 能够根据文化差异善用语言交际礼仪;(3) 能够利用商务谈判障碍排除的方法在商务谈判里排除障碍;(4) 能够在商务谈判中合理处理反对意见;(5) 能够在商务谈判中掌控谈判的气氛。	分别阐述语言交际技巧和交际禁忌; 区分商务语言交际的文化差异。 采取课堂提问和课后作业方式考核
8	商务谈判的心理分析	1	0	1	0	(1) 能够对谈判对方当事人的心理进行正确的分析;(2) 能够在商务谈判中具备成功谈判者的心理素质。	情景模拟, 角色扮演, 分组演示, 交叉打分考核。
9	商务谈判人员的选拔与组织	1	0	1	0	(1) 能够对商务谈判人员进行选拔;(2) 能够对商务谈判人员进行合理的组织。	案例分析, 分组讨论, 上讲台展示, 各组交叉打分考核。
10	商务谈判的礼仪	1	0	1	0	能够在求职过程中做好准备工作, 能够撰写符合应聘岗位要求的求职信、有技巧的拨打求职电话、面试和笔试	应聘准备工作要求。求职信函与求职电话。面试与笔试礼仪。采取案例分析、课堂提问和

	练						课后作业方式考核。
11	商务谈判局的礼仪	1	0	1	0	(1) 能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用称谓和介绍礼仪；(2) 能在商务活动中根据礼仪基本程序正确运用握手和致意礼仪、名片使用礼仪；(3) 能够掌握涉外商务礼仪的原则和基本要求，并能运用商务迎送、会见、洽谈、宴请及陪同礼仪的规范和要求。	掌握以下会面礼仪的要点：握手与致意礼仪、名片使用礼仪。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
12	模拟商务谈判的开局	1	0	1	0	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行开局。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示。
13	模拟商务谈判的报价	1	0	1	0	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行合理有利的报价。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示。
14	商务洽谈礼仪	1	0	1	0	能够正确和自觉的按照礼仪规范的要求去举办各类商务活动；能够正确使用商务会议、商务洽谈礼仪。	商务会议、商务洽谈中的礼仪规范和要求。采取案例分析、课堂提问和课后作业方式考核。
15	模拟商务谈判的磋商	1	0	1	0	能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行磋商。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示，交叉打分考核。
16	商务谈判协议的达成	1	0	1	0	(1) 能够按照商务礼仪要求及商务谈判原则进行达成最后的协议；(2) 能够起草和订立书面协议。	案例分析，分组讨论，角色扮演，上讲台演示，交叉打分考核。
合计		16		32			

备注：“教学内容”中所含能力训练项目、“课时分配”、“能力目标”、“训练方式及步骤”均需大致与本课程的课程标准中“教学进度设计”表内的进度、学时数及内容相一致。

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

（二）首期新工科创新创业先锋班

六门课程开设的基本教学资料如下：

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《工业机器人多轴创新训练》课程

一、课程基本信息

课程名称：工业机器人多轴创新训练	学 分：2
课程代码：	学 时：32
先修课程：电子技术	后续课程：自动化生产线安装与调试
适用专业：	编 制 人：苗振腾
审核人：	编制时间：2018年3月20日

二、课程性质

本课程是机电类专业的必修课，也是核心专业课。该课程的总体设计思路是：由以知识为主线构建知识体系的传统模式转变为以能力为主线构建能力目标体系的新模式。本课程以机器人为研究对象，以工业机器人为重点。通过对机器人的基本知识的介绍到讲解机器人的基本操作与应用技巧，最后介绍工业机器人离线编程仿真软件，课程由理论、操作、加工逐渐帮助学生更好的学习并掌握机器人操作与应用的技能。学完本课程应达到以下基本要求：了解工业机器人的基本知识，包括发展历史及趋势、工业机器人构成、工业机器人应用范围；了解工业机器人的工作原理及技术参数；熟悉工业机器人的操作与应用技巧，能够单独对工业机器人手动和自动操作。

三、课程设计

(一) 课程目标设计

1. 能力目标:

- (1) 具有高级机器人焊接工必需的基础理论知识和专业知识及技能;
- (2) 具有对车间的焊接设备、电气设备和各种机器人具有选用的能力;
- (3) 具备安装、调试、使用机器人的基本技能;
- (4) 具有操作使用、安装验收机器人的能力;
- (5) 具有对机器人和焊接设备进行一般日常维护和检修的能力;
- (6) 具有机器人编程及开发能力。
- (7) 具有一定的应用计算机的能力;
- (8) 具有阅读本专业外语文献的初步能力;
- (9) 具有一定的语言文字表达能力和社会活动能力;

2. 知识目标:

- (1) 掌握必备的文化基础知识;
- (2) 掌握本专业的专业理论知识和基本技能理论知识;
- (3) 掌握机器人结构和原理所必须的机械基本知识,掌握焊接设备和机器人维修规范;
- (4) 掌握电工、PLC、变频及伺服等专业知识;
- (5) 掌握机器人、焊接设备维护管理以及调试技术
- (6) 了解本专业范围内科学技术的最新发展动态和现代企业管理基本知识。

3. 情感目标:

- (1) 具有应用工业机器人初步解决实际问题的能力,科学务实的工作作风,能够理论联系实际;
- (2) 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神;
- (3) 具有工程质量意识和工作规范意识以及严谨、认真的工作态度;

(二) 课程教学活动设计

本课程首先对工业机器人的理论知识进行了简单的介绍,包括机器人的发展历史和未来趋势、机器人的结构组成和特点、历年来机器人在各领域的应用等

方面。能让学生实际操作应用之前熟悉机器人的特征，以便在实操中更好的理解和掌握机器人的技能。然后从机器人操作和应用技巧方面做了详细全面的讲解，尤其是机器人安全、示教器的使用、坐标数据的设定、程序数据的建立、常用赋值指令的操作及I/O的相关操作等。提升了学生的动手能力，提高学生的操作技能，加深学生对机器人在生产生活方面的重要性的认知。最后是机器人离线编程仿真软件的介绍，工业机器人编程方式主要是示教编程和离线编程，面对当前机器人的应用情况和发展需要，示教编程已经难以满足生产需求。离线编程可以克服示教编程的不足，并受到越来越多的重视，因此研究机器人离线编程技术具有重要的应用价值，这里主要介绍离线编程软件功能的使用。学习本课程旨在提高学生的专业技术基本知识水平，提升学生专业技术操作技能，培养从事该专业的技能人员和中高级专业人才。

(一) 1. 课程内容设计 (一般指一级项目编号及名称、内容)

序号	项目(模块)名称	学时
1	工业机器人组成构造	8
2	工业机器人应用技巧	8
3	工业机器人离线编程仿真	8
4	工业机器人实际操控	8
合计		32

(二) 2. 能力训练项目设计 (一般指二级项目内容)

编号	能力训练项目	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果(可展示)
1.1	了解机器人	4	了解机器人的发展历史和发展趋势;了解工业机器人的应用范围及各行业对机器人操作员的迫切需求;	机电基础知识、机器人发展现状	教师讲解;视频、PPT.	回答问题
1.2	工业机器人原理系统组成	4	了解工业机器人的工作原理、总体系统组成;	机电控制基础,电机调速,程序控制	教师讲解;视频、PPT.	原理图,回答问题
2.1	坐标系的概念	4	理解参考坐标系的概念,了解物体坐标系在	数学物理基础	教师讲解;学生实操	作业,回答问题

			描述物体位姿中的作用；			
2.2	示教器的使用	4	掌握示教器的正确使用方法，能熟练进行机器人的手动操纵运动	触摸屏 PLC 编程原理	教师讲解；学生实操	实验作业
3.1	离线编程软件使用	4	了解机器人离线编程软件的基本知识与主要操作	程序控制工作原理	教师讲解；学生实操	实验作业
3.2	工业机器人的操控	4	了解工业机器人操控的基本流程，具备对一般工业机器人的操控能力	综合编程指令应用	教师讲解；学生实操	实验作业
4.1	组合指令的操作	4	能熟练进行组合指令的操作，会使用 and 设定机器人运动指令，了解 I/O 控制指令	综合编程指令应用	教师讲解；学生实操	实验作业
4.2	搬运机器人程序编写方案	4	程序数据的建立、常用赋值指令的操作及 I/O 的相关操作等	机器人配套外围集成	学生实操	试验报告

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			能力训练项目	训练任务	能力目标	训练内容	考核方法
1	11	2	1.1	了解机器人	了解机器人的发展历史和发 展趋势	视频 工厂实况	回答问题
2	11	2	1.1	了解机器人	了解工业机器人的集成应用	视频 工作实况	接线方法， 回答问题
3	12	2	1.2	工业机器人原理	理解电气原理	PPT 控制电路的 工作原理	分析方法， 解决疑问
4	12	2	1.2	工业机器人原理及系统组成	理解机械结构	CAD 原理图	分析方法， 解决疑问
5	13	2	2.1	坐标系的概念	世界坐标、基础坐标	坐标演示	回答问题

6	13	2	2.1	坐标系的概念	工具坐标、工件坐标	坐标演示	回答问题
7	14	2	2.2	示教器的使用	示教器的手动操纵	视频、PPT.	连接方法, 解决问题
8	14	2	2.2	示教器的使用	单轴运动、线性运动和重定位运动	软件演示	调试方法, 解决问题
9	15	2	3.1	离线编程软件使用	建立工程	建立工程	解决问题
10	15	2	3.1	离线编程软件使用	仿真手动操作	仿真控制操作	连接方法, 解决问题
11	16	2	3.2	工业机器人的操控	示教器及操作环境的设置	编程操作	解决问题
12	16	2	3.2	工业机器人的操控	建立程序数据	编程操作	解决问题
13	17	2	4.1	组合指令	机器人的 I/O 通信	编程操作	解决问题
14	17	2	4.1	组合指令	设定机器人指令	编程操作	解决问题
15	18	2	4.2	搬运机器人工程设计方案	程序数据的建立	编程操作	实训报告
16	18	2	4.2	搬运机器人工程设计方案	动作演示	编程操作	实训报告

备注：在实际教学中，充分利用实训室的搬运生产线实训设备，进行一体化教学，边学边做，将课程内容和学习要求分解到具体的教学项目中。

（四）第一节课设计梗概

首先用通俗的语言简单的向学生介绍 ABB 机器人系统，然后举一些我们日常生活中经常能够接触到的实例，让学生通过这些真真实实的例子明白这门课在现实工业生产中的应用，也是他们的必修课程，为学生日后找工作打下坚实的基础，由此加深学生学习的兴趣，调动学生的学习热情。（10 分钟）

其次告知学生本课程所学的内容、总体安排、教材的处理、上课的方式，强调每次课的重要性和连贯性，告知学生本课程的考核方式，考核包括到理论考试、课堂纪律、平时作业、课题考核等，要求学生明确教学目标认真对待每一堂课。

（10 分钟）

然后进入正题，介绍本次课的主题，再通过 ppt 展示 ABB 机器人系统。同时与学生互动，向学生提出问题，让学生思考。强调学习这门课后，同学们能够做一些什么样的工作，通过自身经历说明专业知识对今后工作的作用。最后让学生总结通过本次课的学习，大家掌握了什么，都能处理什么问题了。（20 分钟）

按教学计划授课，完成第 1 节课的教学任务。

四、 教学组织形式

教学过程中采用一体化教学，在机房采用教师演示，学生模仿的方式进行。每次教学学生都要求完成某一个任务。

（1）在教学过程中，应立足于加强学生分析问题、解决问题能力的培养，采用理实一体化教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的学习动机，让学生在“学”与“做”过程中，提高对实际问题的分析和解决能力。

（2）在教学过程中，尽量让工作环境接近实际情况，同时应加大实践课所占比例，在实践过程中，培养学生从事机电一体化相关岗位必备的基本职业能力。

（3）在教学过程中，要应用多媒体、投影等教学资源辅助教学，帮助学生理解理论知识。

（4）在教学中注重互动教学，倡导学生主动参与，逐步培养学生乐于探究，勤于动手的工作作风，经过综合性、设计性的实践锻炼，具有初步的实验设计能力。

（5）在考虑到教师和学生的具体情况不同，有些教学内容及其讲授次序和教学方法可由教师灵活掌握，部分课程内容可安排学生自学。

（6）教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	考勤	请假、迟到、早退、旷课	考勤表	5
	作业	A、B、C、D	作业本	5
	项目 1	A、B、C、D	完成情况、操作是否正确	10
	项目 2	A、B、C、D	完成情况、操作是否正确	10
	项目 3	A、B、C、D	完成情况、操作是否正确	10
	项目 4	A、B、C、D	完成情况、操作是否正确	10
	项目 5	A、B、C、D	完成情况、操作是否正确	10
结果考核	期末考试	百分制	设计方案	40
合 计				100

除此之外，教师还应对学生进行方法能力评价和社会能力评价，评价方法可采用阶段评价，目标评价，项目评价，理论与实践一体化评价等模式，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试情况，综合评价学生表现，在评价过程中应注重学生的动手能力和在实践中分析问题、解决问题的能力，对在学习和应用上有创新的学生应予以特别鼓励，争取做到全面公正的评价每位学生。评价的方式可根据学生具体情况进行公开评价或者不公开的单独评价。

六、实施建议

6.1 教材选用和编写建议

6.1.1 教材选用

(1) 建议教材

《工业机器人行业应用实训教程》 胡伟等、机械工业出版社

(2) 参考教材

6.1.2 教材选用及编写原则与要求

教材的选用要体现本课程的性质、课程标准以及理实一体化的课程设计思想。教材应采用项目训练的模式,依据机电一体化典型工作任务的难易程度组织教学和教材内容。要通过典型工作任务,引入必须的理论知识,增加实践实操内容,强调理论在实践过程中的应用。教材内容应体现先进性、通用性和实用性,应该将本专业新技术、新设备及时地纳入教材中,使之更贴近本专业的发展和实际需要。

6.1.3 教材、教学参考资料使用建议

由于学生素质的差异性和实际教学环境的不确定性,教师在遵循课程标准的前提下,在教学活动中可对教材内容进行适当的取舍和调整,以使教学活动更容易被学生接受,其形式更加符合实际教学情况。参考资料的使用应该注重其实用性、针对性以及先进性,将一些普及率较高的新理论、新技术内容作为教学活动的有效补充,还应兼顾维修电工技师职业资格鉴定中的内容要求,使学习内容更具有针对性和实用性。

七、主要教学资源要求

(一) 教师要求

1、课程负责人:

熟悉工业机器人技术发展和高职教育规律、实践经验丰富、教学效果好、观念新颖、具备“双师”素质教师。

2、教师的能力要求:

对这门课程的前导课程有很深的认识,对这门课程同时要有很强的制作和设计能力,在对学生的讲课当中能够深入浅出。

(二) 学习场地、设施要求

1、有相应的实训室

机电工程学院新建的工业机器人机电一体化实训室,主要设备是搬运生产线综合实训系统,为该课程的教学提供了较为完善的实训场地和设施,保证该课程实践教学的顺利实施。另外省市财政支持的电气工程技术校内实训基地和校外实

习基地也为学生专业学习和职业能力培养提供了有力的保障。这些都是实现该课程理实一体化教学的有利条件。

本课程教学资源包括各种教学资料以及该课程可以利用的各种教学资源,主要包括各种案例材料和信息、多媒体课件、图书馆书籍、电子期刊等,可方便学生自主学习。

在理实一体化教学中,教师起引导作用,是课程的主持人、组织者和协调者,为学生分配工作任务,选择学习形式,为学生的专业学习提供帮助和咨询。因此要求该课程教师均为“双师型”教师,具有企业一线工作经历,并参与修改和编写相关的辅导材料和实习实训手册,参与课程开发。

学院负责人:

教研室主任:

任课教师

《工业机器人多轴创新训练》授课计划表

2017 /2018 学年第 二 学期

任课教师		苗振腾			任教课程		工业机器人多轴创新训练					
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
					《工业机器人行业应用实训教程》			胡伟、机械工业出版社				
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想: 设计项目考核
					总课时	其 中						
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排	机动	
32	0	32	8	4	32	16	0	16	0	0	0	
<p>本课程教学目标和教学设想:</p> <p>本课程是机电类专业的一门必修课,也是一门核心专业课。课程以学生就业为向导进行设计,通过对 ABB 工业机器人技术培训中实际案例的实训教学,使学生掌握工业机器人设备控制的工作原理、设备操作和维护技能,使学生成为能够进行工业机器人设备</p>												

控制系统设计及操作的高素质应用型技术人才。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
11	了解机器人	2				理论	
11	了解机器人			2		实践	布置作业
12	工业机器人原理	2				理论	
12	工业机器人原理及系统组成			2		实践	
13	坐标系的概念	2				理论	
13	坐标系的概念			2		实践	布置作业
14	示教器的使用	2				理论	
14	示教器的使用			2		实践	布置作业
15	离线编程软件使用	2				理论	
15	离线编程软件使用			2		实践	布置作业
16	工业机器人的操控	2				理论	
16	工业机器人的操控			2		实践	布置作业
17	组合指令	2				理论	
17	组合指令			2		实践	
18	搬运机器人工程设计方案	2				理论	
18	搬运机器人工程设计方案			2		实践	布置作业
	合计	32		32			

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

《3D 打印工艺技术》课程

一、课程基本信息

课程名称：3D 打印工艺技术	学 分：
课程代码：	学 时：32
先修课程：	后续课程：
适用专业：机械制造类专业，汽车类专业，机电控制类专业	
审核人：李海林	制订时间：2018 年 2 月

二、课程性质

本课程是新工科创业先锋班的一门技术拓展课，随着机械产品和设备的高速、高效、精密、轻量化和自动化方向的迅猛发展，产品的竞争愈来愈激烈，更新周期愈来愈短，如何能尽快开发出市场所需的新产品，取决于组成新产品零件的快速制造速度。本课程重在培养学生掌握逆向工程的工作过程及常用的快速成型方法和原理，以及快速制模的方法和原理。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1、能力目标：

- 1) 能够利用逆向工程软件构造三维模型；
- 2) 能够使用 3D 快速打印成型机；

2、知识目标：

- 1) 了解逆向工程的项目流程及快速成形和快速制模技术的作用和发展概况；
- 2) 掌握常用快速成形系统的原理和优缺点；
- 3) 掌握常用快速制模技术原理；

3、素质目标

在教学过程中，还必须有意地培养创新能力，自学能力，分析与解决问题的能力，以及培养认真负责的工作态度和严谨细致的。

（二）课程教学活动设计

1、课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	逆向工程与快速成型简介	2
2	产品逆向工程数据测量与处理	4
3	产品逆向工程 GeogicStudio12 软件的案例应用	20
5	FDM 快速成型 3D 打印	6
合计		32

2、能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1	逆向工程与快速成型简介	2	会解释逆向工程，快速成型原理；	逆向工程及快速成型原理，相关的软件与技术，数据测量的方法	教师讲授提问，学生听讲思考	会解释名词逆向工程及说明的应用场合
2	产品逆向工程数据测量与处理	4	了解逆向工程中模型的数据采集设备和过程；能够说明三坐标测量仪测量的原理。能正确使用三维扫描仪采集点云	点成像的原理，光学三维扫描仪的结构 1 逆向工程数据测量方法；2 逆向工程数据处理；3 三维扫描仪使用方法	教师讲授提问，学生铭记思考 三维扫描仪的操作 教学做一体化，分组教学	能够说出数据采集的原理及常用的设备 塑件产品三维扫描模型
3	产品逆向工程 GeogicStudio12 软件的使用	20	了解逆向工程 CAD 建模系统及其分类；掌握 GeomagicStudio 逆向建模的基本流程；学会四大基础模块的操作	1. 曲面重构方法与过程；2. 网格化实体模型；3. 模型精度评价及量化指标；4. 三维软件操作方法	教师先行示范，学生演练。	产品三维模型重构

				1. 传统曲面造型、快速曲面造型；2. 基础模块、点处理模块、多边形处理模块、精确曲面模块、参数曲面模块、参数转换模块		
4	模型快速成型	6	能正确使用 FDM 快速成型机制造塑件壳体模型	1. 快速成型技术；2. 快速成型数据处理；3. 快速成型工艺与后处理；4. FDM 快速成型机使用方法	教学做一体化，分组教学	塑件模型样品

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法
1	6	2	逆向工程技术	能够根据具体的场合选择逆向工程技术；	1.1	了解逆向工程技术的应用、工作流程和发展概况，原理。	逆向工程技术的应用、工作流程
2	6	4	逆向工程数据的测量与采集	能采用合理的数据测量方法，并进行数据的处理，能使用三维扫描仪测量塑件壳体模型。	2.1	掌握数据测量方法与测量数据处理方法，掌握三维扫描仪的使用方法及测量数据的基本处理。	数据测量与处理
3	6	2	Geomagic studio 软件安装和基本功能操作	会安装 Geomagic studio 软件和基本功能操作	3.1	掌握 Geomagic studio 软件安装方法；掌握鼠标、快捷键及视图的一些基本操作。	软件的安装和熟悉
4	7	2	Geomagic studio 软件	点阶段的处理	3.2	掌握点云阶段的点云编辑、注册、球法拼接等功能	塑件壳体三维模型

			安装和基本功能操作和点云编辑及注册				扫描数据及点云的编辑及注册
5	7	2	软件 Gemagic studio 点处理案例			3.3	塑件壳体三维模型扫描数据及典型点云案例的处理
6	7	2	三维 CAD 模型重构技术 1 (三角网格面基本处理)	能采用软件对点云进行处理, 并重构三维模型	掌握曲面重构及网格化实体模型方法与过程, 掌握模型精度评价及量化指标及三维软件操作方法	3.4	塑件多边形模型的优化处理阶段
7	8	2	塑件壳体模型重构 2 (三角网格面高级处理)			3.5	
8	8	2	塑件壳体模型重构 3 (三角网格面处理案例)			3.6	
9	8	2	基于探测曲率构造曲面	①掌握精确曲面基本的命令; ②掌握轮廓线的编辑方法; 掌握曲面片的基本编辑方法。	曲率探测、轮廓线探测、轮廓线抽取、构建曲面片、编辑曲面片、构造栅格、曲面拟合格栅、曲面拟合; 探测轮廓线、探测曲率、抽取轮廓线、编辑/延伸轮廓线、松弛轮廓线; 编辑曲面片、移动面板、松弛曲面片、修理曲面片;	3.7	通过各种类型操作创建一个理想的 NURBS 曲面, 完成曲面的逆向造型。
10	9	2	基于探测轮廓线构造曲面			3.8	
11	9	2	精确曲面应用实例			3.10	
12	9	2	曲面构造及形状阶段的高级编辑				
13	10-11	6	快速成型 3D 打印	①能正确操作 FDM 快速成型机 ②能正确处理各种打印缺陷		4.1	掌握 FDM 快速成型机 3 D 打印的方法并掌握各种打印缺陷的处理方法。 FDM 快速成型机的基本操作、分组教学、塑件模型打印及曲面重构的方法

(四) 第一次课设计梗概:

1. 本门课程的目标 (5 分钟);
2. 本课程的整体安排 (5 分钟);

3. 逆向工程的介绍（30 分钟）；
4. 快速成型技术介绍（40 分钟）。

四、教学组织形式：

- ◇ 将全班同学分组。
- ◇ 每组同学可针对自己的课题进行讨论，但最后独立完成。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	学习态度	学习的主动性	平时考核	10
	上课考勤	按时上课	考勤记录	10
	项目完成	项目完成情况	项目完成记录	30
结果考核	期末考查	达到制定的知识目标	考查结果	50
合 计				100

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

贾林玲，《Geomagic Studio 逆向工程技术及应用》，西安交通大学出版社，2016 年

七、主要教学资源要求

（一）教师要求：

既有系统的理论知识，又有丰富的实践经验；既有高度的责任心，又能诲人不倦的耐心；既要爱学生，又要会爱学生。

（二）学习场地、设施要求：

三维扫描仪、快速成型机、配备有点云处理软件的机房。

（三）课程资源的开发与利用：编制相应的对口教材及开发精品课程。

学院负责人：

教研室主任：

任课教师：

《3D 打印工艺技术》授 课 计 划 表

2018 / 2019 学年第 1 学期

任课教师		李海林			任教课程		3D 打印工艺技术					
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
新工科创业先锋班												
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想： 形成性考核占 50% 终结性考查占 50%	
					总课时	其 中						
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排		机 动
32	0	32	16	6	32	16	0	16	0	0	0	
<p>本课程教学目标和教学设想：</p> <p>本课程是新工科创业先锋班的一门技术拓展课，随着机械产品和设备的高速、高效、精密、轻量化和自动化方向的迅猛发展，产品的竞争愈来愈激烈，更新周期愈来愈短，如何能尽快开发出市场所需的新产品，就取决于组成新产品零件的快速制造速度。本课程重在培养学生掌握常用的快速成型方法和原理，以及快速制模的方法和原理。本课程的教学目标包括：</p> <p>1、能力目标：</p> <p>1) 能够利用逆向工程构造三维模型；</p> <p>2) 能够掌握一种快速成型机的使用；</p> <p>2、知识目标：</p> <p>1) 了解快速成形和快速制模技术的作用和发展概况；</p> <p>2) 掌握常用快速成形系统的原理和优缺点；</p> <p>3) 掌握常用快速制模技术原理；</p>												

3、素质目标:

在教学过程中,还必须有意识地培养创新能力,自学能力,分析与解决问题的能力,以及培养认真负责的工作态度和严谨细致的。

教学构想:以项目模块化驱动方式让学生掌握各个基本工具和命令的使用,最后以一个综合项目整合各个模块的基本知识。

备注:①相同的教材、进度(周课时)和相同的层次,只编一个计划,如有不同,应另编计划;②课程目标和教学构想是必须填写的,并且课程目标包括知识目标、能力目标和素质目标;③课程目标和教学构想均可从本课程课程标准中获取

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
6	逆向工程技术介绍	2				多媒体授课	3D 打印引起的变革
6	逆向工程数据的测量与处理	2		2		多媒体授课	
7	Geomagic studio 软件安装和基本功能操作	2				教学做一体化	
7	软件 Gemagic studio 点云编辑及注册、拼接。	1		1			
7	点阶段应用实例与处理技术	1		1		教学做一体化	
8	多边形阶段三角网格面的基本处理	1		1		教学做一体化	
8	多边形阶段三角网格面的高级处理	1		1		教学做一体化	发夹三角形模型处理
8	多边形阶段应用实例与处理技术	1		1		教学做一体化	
9	基于探测曲率构造曲面	1		1		教学做一体化	
9	基于探测轮廓线构造曲面	1		1		教学做一体化	发夹轮廓线的提取
9	精确曲面应用实例	1		1		教学做一体化	
10	构建参数化曲面	1		1		教学做一	

						体化	
10	FDM 3D 打印机使用 1	1		1		教学做一 体化	
10	FDM 3D 打印机使用 2			2		实训	
11	FDM 3D 打印机使用 3			2		实训	各模型的打印
合计		16		16			

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

《机电产品市场营销》课程标准

一、课程基本信息

课程名称：机电产品市场营销 学 分：2
 学 时：32 课程代码：
 课程类型：专业限选课 授课对象：新工科创新创业先锋班
 审 核 人： 编 制 人：刘桥方
 编制时间：2018 年 10 月

二、课程性质

本课程是为新工科创新创业先锋班设置的选修课。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1、能力目标

总体目标：能够掌握为进一步学习专业课以及毕业后从事专业工作打下必要的基础。

具体目标：

- 1) 能从事市场尤其是机电市场分析、策划、销售及营销管理
- 2) 能把握分析营销环境的基本方法

- 3) 能分析判断客户购买行为的发展趋势
- 4) 能撰写简单的调研报告
- 5) 能根据相关因素进行市场定位, 凸显优势差异
- 6) 领会并判断机电产品组合的方法
- 7) 能运用价格变动策略、相关产品定价策略和心理定价策略为某些产品确定价格

2、知识目标

机电市场营销概念、营销环境分析、购买行为分析、市场调研与预测、市场竞争策略、市场细分与目标市场选择、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略和营销管理过程等等。

3、情感目标:

- (1)修德、励能、崇学、尚行;
- (2)团结协作, 友爱互助;
- (3)有职业道德;
- (4)懂得感恩。

4、其他目标

- 1) 自我学习能力;
- 2) 与人协作能力。

(二) 课程教学活动设计

1、课程内容设计 (一般指一级项目编号及名称、内容)

序号	项目(模块)名称	学时
1	机电市场营销概述	4
2	机电产品市场分析	4
3	机电产品发展策略	4
4	机电产品的开发	4
5	机电产品价格策略	4
6	机电产品用户购买行为分析	4
7	机电产品市场营销策略	4
8	走向国际市场	2
9	网络技术在机电产品营销中的应用	2
合计		32

2、能力训练项目设计 (一般指二级项目内容)

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果(可展示)
1	机电产品营销概述	4	1、了解机电产品市场的含义、和特点 2、掌握机电产品市场营销的含义及其基本职能 3、了解市场营销观念的演变及市场营销的新发展	1、机电产品市场的概述 2、市场营销观念和营销管理的发展	课堂讲授、视频材料	了解机电产品市场的含义、要素和特点
2	机电产品市场分析	4	1、了解和掌握制造业与机电产品市场的现状及发展趋势。 2、机电产品营销环境的内容及其对机电企业的市场营销活动的影响。 3、了解机电产品的调研与预测。 4、机电产品目标市场	1、机电产品市场宏观环境 2、机电产品市场细分的概念 3、机电产品市场调查的含义与作用。 4、机电产品市场调查的步骤与方法。	课堂讲授及练习	了解市场营销环境中的机会与风险。
3	机电产品发展策略	4	1、掌握机电产品整体概念。 2、了解机电产品组合的含义,理解产品组合策略。 3、了解机电产品的品牌、商标与包装。 4、掌握产品生命周期各阶段的特点及营销策略。	1、机电产品整体概念。 2、机电产品的生命周期与营销策略。 3、机电产品组合。 4、机电产品的品牌、商标与包装。	课堂讲授、视频材料	
4	机电产品开发	4	1、了解机电产品发展的趋势 2、了解产品开发的基本要求、开发内容体系和开发程序。 3、掌握新产品开发的方式。 4、了解发挥专利制度的	1、新产品开发的基本要求。 2、了解产品开发的开发内容体系和开发程序及开发方式。 3、新产品开发的经济分析。	课堂讲授、视频材料	

			作用。	4、了解发挥专利制度的作用。		
5	机电产品的价格策略	4	1、了解影响产品定价的因素， 2、掌握定价程序和定价方法。 3、掌握成本的概念。	1、产品定价程序。 2、定价策略及定价方法。	课堂讲授、视频材料	
6	机电产品用户购买行为分析	4	1、了解消费者市场的购买行为的阶段与特点。 2、掌握机电产品购买行为的基本特点和购买决策过程 3、理解影响生产者购买行为的四个因素 4、了解组织机构、政府和转卖市场		课堂讲授、视频材料	理解影机电产品客户购买行为的四个因素
7	机电产品营销策略	4	1、了解机电产品的销售渠道 2、掌握机电产品的促销策略 3、机电产品在市场竞争中的营销策略 4、了解和掌握机电产品市场营销的科学管理	1、产品市场营销策略。 2、产品促销、推销策略。 3、广告营销及公共关系策略。	课堂讲授、视频材料	明确机电企业在各种市场营销环境中应采取的营销策略
8	走向国际市场	2	1、了解国际市场营销环境和营销条件； 2、了解进入国际市场的策略 3、了解建立海外研发中心和执行标准的重要性。	1、国际市场营销环境和营销条件。 2、国际营销条件。 3、进入国际市场的策略。 4、执行技术标准。	课堂讲授	
9	网络技术在机电产品营销中的应用	2	1、掌握机电产品网络营销的概念； 2、了解网络营销的手段和策略。 3、了解机电产品网络营销面临的问题	1、网络的产生与发展。 2、机电产品网络营销的经营战略。	课堂讲授	明确机电产品网络营销的手段和策略

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法
1	5	2	一、1 市场营销学绪论	1、了解机电产品市场的含义、和特点 2、掌握机电产品市场营销的含义		1、营销学的研究内容。 2、营销学的发展过程。	
2	6	2	一、2 市场营销学概述	1、了解市场营销观念的演变及市场营销的新发展 2、了解掌握营销学的研究方法		1、市场营销观念和营销管理的发展。 2、营销学的研究方法。	
3	6	2	二、1 机电产品市场分析 (1)	1、了解和掌握制造业与机电产品市场的现状及发展趋势。 2、了解和掌握机电产品营销环境的内容及其对机电企业的市场营销活动的影响。		1、制造业与机电产品。 2、机电产品市场营销环境。	
4	6、7	2	二、2 机电产品市场分析 (2)	1、了解机电产品的调研与预测。 2、机电产品目标市场营销市场营销		1、机电产品的市场调研与预测。 2、机电产品的目标市场营销。	做一份机电产品市场调研报告
5	7	2	三、1 机电产品发展策略 (1)	1、掌握机电产品整体概念。 2、掌握产品生命周期各阶段的特点及营销策略。		1、产品整体概念。 2、机电产品的生命周期与营销策略。	上课提问
6	7	2	三、2 机电产品发展策略 (2)	1、了解机电产品组合的含义,理解产品组合策略。 2、了解机电产品的		1、机电产品组合。 2、机电产品的品牌、商标与包	

				品牌、商标与包装。		装。	
7	8	2	四、1 机电新产品的开发 (1)	1、了解机电产品发展的趋势 2、了解产品开发的基本要求、开发内容体系和开发程序。		1、机电产品发展的趋势。 2、新产品开发的基本要求及开发内容体系	
8	8	2	四、2 机电新产品的开发 (2)	1、掌握新产品开发的方式。 2、了解发挥专利制度的作用。		1、新产品开发的经济分析及开发程序 2、开发新产品的方式及发挥专利制度的作用。	
9	8、9	2	五、1 机电产品价格策略 (1)	1、了解影响产品定价的因素， 2、掌握定价程。		1、机电产品的价格竞争。 2、机电产品定价程序。	
10	9	2	五、2 机电产品价格策略 (2)	1、掌握定价方法及价格策略 2、了解成本的概念。	3	机电产品定价方法及价格策略	
11	9	2	六、1 机电产品用户购买行为分析 (1)	1、了消费者市场的购买行为的阶段与特点。 2、掌握机电产品购买行为的基本特点和购买决策过程		1、机电产品消费者市场购买行为阶段与特点。 2、机电产品产业市场购买行为分析	
12	10	2	六、2 机电产品用户购买行为分析 (2)	1、理解影响生产者购买行为的四个因素 2、了解组织机构、政府和转卖市场		1、影响生产者购买决策的因素及生产者购买的决定过程。 2、组织机构、政府和转卖市场。	
13	10	2	七、1 机电产品市场营销策略 (1)	1、了解机电产品的销售渠道 2、掌握机电产品的促销策略		1、机电产品的销售渠道。 2. 机电产品促销策略	

14	10、11	2	七、2 机电产品 市场营销 策略（2）	1、机电产品在市场竞争中的营销策略 2、了解和掌握机电产品市场营销的科学管理		1、市场竞争中的影响策略 2、机电产品市场营销的科学管理	
15	11	2	八、走向国际市场	1、了解国际市场营销环境和营销条件； 2、了解进入国际市场的策略 3、了解建立海外研发中心和执行标准的重要性。		1、国际市场的影响环境和营销条件。 2、建立海外研发中心和执行技术标准。	
16	11	2	九、网络技术在机电产品中的应用	1、掌握机电产品网络营销的概念； 2、了解网络营销的手段和策略。 3、了解机电产品网络营销面临的问题		1、网络的产生与发展 2、机电产品网络营销的概念 3、网络营销的手段和策略 4、机电产品网络营销面临的问题	

（四）第一节课设计梗概

- 1) 自我介绍及课程介绍。
- 2) 告知学生本课程的总体安排、教材的处理，上课的方式和明确教学目标——实现各项目任务时所达到的效果。同时介绍学生将来工作性质、就业的方向及所具备的职业道德。

四、教学组织形式

以班级为单位在多媒体教室上课。

五、课程考核方式和考核标准

本课为新工科创新创业先锋班选修课程，拟以 2 篇市场营销报告的形式进行考核；平时按学生上课签到情况酌情给出成绩。

六、教材的选用

（一）推荐教材

《机电产品市场营销学》华南理工大学 李元元 主编 2007 年 7 月出版。

(二) 教学参考资料

《市场营销知识》 罗绍明 罗明丽 主编

七、主要教学资源要求

(一) 教师要求

学院教师：有较强的学生管理和组织能力，具备本专业 3 年以上教学经验，具备本专业技术人员以上职业技能等级证书。

(二) 学习场地、设施要求

多媒体教室。

学院负责人：

教研室主任：

任课教师：刘桥方

《机电产品市场营销》授课计划表

2018—2019 学年第 一 学期

任课教师		刘桥方		任教课程		机电产品营销							
任课班级				采用教材							参考书名称与作者		
				名称			作者、出版社						
16 新工科创新创业先锋班				机电产品市场营销学			李元元、机械工业出版社				市场营销知识 罗绍明 罗明丽		
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本 学 期 教 学 周	本 课 程 周 课 时	本学期课时分配							课程考核方式 设想： 平时考核占 40% 终结性考核占 60%	
					总 课 时	其 中							机 动
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排			
32			7	5	32	32							

本课程教学目标：

1、能力目标：总体目标：能够掌握为进一步学习专业课以及毕业后从事专业工作打下必要的基础。

具体目标：

- (1) 能从事市场尤其是机电市场分析、策划、销售及营销管理
- (2) 能把握分析营销环境的基本方法
- (3) 能分析判断客户购买行为的发展趋势
- (4) 能撰写简单的调研报告
- (5) 能根据相关因素进行市场定位，凸显优势差异
- (6) 领会并判断机电产品组合的方法
- (7) 能运用价格变动策略、相关产品定价策略和心理定价策略为某些产品确定价格

2、知识目标：

机电市场营销概念、营销环境分析、购买行为分析、市场调研与预测、市场竞争策略、市场细分与目标市场选择、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略和营销管理过程等等。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
5	1.1 营销学的研究内容 1.2 营销学的发展过程	2				多媒体教学	
6	1.3 市场营销观念和营销管理的发展 1.4 营销学的研究方法	2				多媒体教学	
6	2.1 制造业与机电产品 2.2 机电产品市场营销环境	2				多媒体教学	
6、7	2.3 机电产品的市场调研与预测 2.4 机电产品的目标市场营销	2				多媒体教学	每个同学选择 5 种机电产品做一个市场调研问卷（两周内完成）

7	3.1 产品整体概念 3.2 机电产品的生命周期与营销策略	2				多媒体教学	
7	3.3 机电产品组合 3.4 机电产品的品牌、商标与包装	2				多媒体教学	
8	4.1 机电产品发展的趋势。 4.2 新产品开发的基本要求及开发内容体系	2				多媒体教学	
8	4.3 新产品开发的经济分析及开发程序 4.4 开发新产品的方式及发挥专利制度的作用。	2				多媒体教学	
8、9	5.1 机电产品的价格竞争 5.2 机电产品定价程序	2				多媒体教学	根据所讲内容制作《机电产品销售策划书》(选一种机电产品)11周交
9	5.3 机电产品定价方法及价格策略	2				多媒体教学	
9	6.1 机电产品消费者市场购买行为阶段与特点。 6.2 机电产品产业市场购买行为分析	2				多媒体教学	
10	6.3 影响生产者购买决策的因素及生产者购买的决定过程。 6.4 组织机构、政府和转卖市场。	2				教学做一体化	
10	7.1 机电产品的销售渠道。 7.2 机电产品促销策略	2				教学做一体化	
10、11	7.3 市场竞争中的影响策略 7.4 机电产品市场营销的科学管理	2				多媒体教学	
11	8.1 国际市场的影响环境和营销条件。 8.2 建立海外研发中心和执	2				多媒体教学	

	行技术标准。						
11	9.1 网络的产生与发展 9.2 机电产品网络营销的概念 9.3 网络营销的手段和策略 9.4 机电产品网络营销面临的问题	2				多媒体教学	
		32				多媒体教学	

院负责人：

教研室主任：

任课教师：刘桥方

《自动化生产线创新控制训练》课程

一、课程基本信息

课程名称：自动化生产线创新控制训练

学 分：2

课程代码：

学 时：32

先修课程：可编程控制技术与应用

后续课程：毕业设计

适用专业：机电一体化技术

编者人：曾一新

审核人：

编制时间：2018年9月12日

二、课程性质、任务和基本要求

《自动生产线创新控制训练》是机电一体化技术三年制高职专业设置的核心内容，是一门理论实践一体化课程，全面提升学生机电一体化知识与技能。针对的职业岗位主要有自动生产线的维修工、车间电气技术员、设备安装调试工等。本课程的主要任务是以自动生产线为载体，基于典型工作过程，结合学生的认知特点，设计教学的主要项目，通过学生的探讨、资料查询、说明书及操作指导书的阅读，通过小组协作，综合运用电工电子技术、传感检测技术、PLC控制技术、气动及机械等相关知识，进行自动生产线的安装调试、系统控制程序的设计、网络的组建等工作，使学生掌握自动化生产线的安装调试及维护的技能及相关专业

知识，提高学生从事自动化系统的安装、设计、维护的综合职业素养。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1、能力目标：

- （1）能正确识别典型自动化设备及生产线上常用机械结构和电气、气动、检测等元器件；
- （2）能正确使用典型自动化设备及生产线上的常用仪器仪表和工具；
- （3）能按照典型自动化设备及生产线的机械、电气、气路系统原理图进行元器件的选用、连接与调试；
- （4）能拆装各种自动机机构与元器件；
- （5）能正确操作典型自动化设备及生产线的各个模块单元；
- （6）能对典型自动化设备及生产线进行硬件配置、程序设计、并实施控制；
- （7）能够维护保养典型自动化设备及生产线系统；
- （8）能进行典型自动化设备及生产线系统常见故障的排除；
- （9）具有严肃认真的态度和良好的学习方法，独立分析和解决问题能力。

2、知识目标：

- （1）熟悉自动化生产线控制系统的结构和基本功能；
- （2）掌握自动化设备及生产线常用机械结构和装置的工作原理；
- （3）熟悉气动元件的结构和应用，基本气动回路的工作过程分析；
- （4）掌握传感器等电气原件的结构、特性、应用和选择规则；掌握传感器的装配工艺及灵敏度调整；
- （5）掌握自动化生产线控制系统 PLC 通讯方法和通讯协议；
- （6）掌握典型自动化设备及生产线常用电路、电气、传感、控制等元器件的工作原理与选用方法；
- （7）能够读懂典型自动化设备及生产线的机械、电气、气路系统原理图；
- （8）掌握典型自动化设备及生产线的操作、拆装、调试、控制软硬件设计、维护以及故障诊断与排除的方法。

3、情感目标：

(1) 修德、励能、崇学、尚行；

(2) 团结协作，友爱互助；

(3) 有职业道德。

(二) 课程教学活动设计

1、课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	供料单元的程序设计及调试	6
2	加工单元的程序设计及调试	6
3	装配单元的程序设计及调试	6
4	分拣单元的程序设计及调试	6
5	输送单元的程序设计及调试	4
6	N：N通信程序的设计与调试	4
合计		32

2、能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1	供料单元的程序设计及调试	6	①能进行气动控制系统的分析、电气控制原理图绘制、气动系统的连接及调试； ②能对各种传感器进行安装及调试； ③能编制供料单元控制程序； ④能进行供料单元运行、调试及诊断。	①气动控制系统的分析、电气控制原理图绘制、系统的连接及调试； ②各种传感器的安装及调试； ③供料单元控制流程设计和程序设计； ④供料单元调试运行及故障诊断。	①磁性开关、光电开关信号的工作原理、安装及调试； ②气动控制系统的分析、连接及调试； ③控制电路原理图绘制、系统的连接及调试； ④供料单元控制流程的设计和程序设计； ⑤供料单元调试运行。	①控制程序是否正确； ②运行结果是否正常。
2	加工单元的程序设计及调试	6	①能进行气动控制系统的分析、电气控制原理图绘制、气动系统的连接及调试； ②能对各种传感器进行	①气动控制系统的分析、电气控制原理图绘制、系统的连接及调试； ②各种传感器的安装及调试；	①磁性开关、光电开关信号的工作原理、安装及调试； ②气动控制系统的分析、连接及调	①控制程序是否正确； ②运行结果是否正

			<p>安装及调试；</p> <p>③能编制加工单元控制程序；</p> <p>④能进行供料单元运行、调试及诊断。</p>	<p>③加工单元控制流程设计和程序设计；</p> <p>④加工单元调试运行及故障诊断。</p>	<p>试；</p> <p>③控制电路原理图绘制、系统的连接及调试；</p> <p>④加工单元控制流程的设计和程序设计；</p> <p>⑤加工单元调试运行。</p>	<p>常。</p>
3	装配单元的程序设计及调试	6	<p>①能进行气动控制系统的分析、电气控制原理图绘制、气动系统的连接及调试；</p> <p>②能对各种传感器进行安装及调试；</p> <p>③能编制分拣单元控制程序；</p> <p>④能进行装配单元运行、调试及诊断。</p>	<p>①气动控制系统的分析、电气控制原理图绘制、系统的连接及调试；</p> <p>②各种传感器的安装及调试；</p> <p>③装配单元控制流程设计和程序设计；</p> <p>④装配单元调试运行及故障诊断。</p>	<p>①磁性开关、光电开关信号的工作原理、安装及调试；</p> <p>②气动控制系统的分析、连接及调试；</p> <p>③控制电路原理图绘制、系统的连接及调试；</p> <p>④装配单元控制流程的设计和程序设计；</p> <p>⑤装配单元调试运行。</p>	<p>①控制程序是否正确；</p> <p>②运行结果是否正常。</p>
4	分拣单元的程序设计及调试	6	<p>①能进行气动控制系统的分析、电气控制原理图绘制、气动系统的连接及调试；</p> <p>②能对各种传感器进行安装及调试；</p> <p>③能编制分拣单元控制程序；</p> <p>④能进行分拣单元运行、调试及诊断。</p>	<p>①气动控制系统的分析、电气控制原理图绘制、系统的连接及调试；</p> <p>②各种传感器的安装及调试；</p> <p>③分拣单元控制流程设计和程序设计；</p> <p>④分拣单元调试运行及故障诊断。</p>	<p>①磁性开关、光电开关信号的工作原理、安装及调试；</p> <p>②气动控制系统的分析、连接及调试；</p> <p>③控制电路原理图绘制、系统的连接及调试；</p> <p>④分拣单元控制流程的设计和程序设计；</p> <p>⑤分拣单元调试运行。</p>	<p>①控制程序是否正确；</p> <p>②运行结果是否正常。</p>
5	输送单元的程序设计及调试	4	<p>①能进行伺服电机的连接及调试；</p> <p>②根据控制要求，能够对电机进行正确的控制。</p>	<p>①伺服电机的安装与接线；</p> <p>②伺服电机的控制方法及指令讲解；</p> <p>③设计伺服电机的控制程序；</p> <p>④调试运行。</p>	<p>①伺服电机的安装与接线；</p> <p>②伺服电机的控制方法及指令讲解；</p> <p>③设计伺服电机的控制程序；</p> <p>④调试运行。</p>	<p>①伺服电机控制是否正常。</p>
6	N：N通信程序的设计与调试	4	<p>①能进行P L C通信线的安装及参数设置；</p> <p>②根据控制要求，能够进</p>	<p>①通信线的接线；</p> <p>②通信线及指令讲解；</p> <p>③设计伺服电机的控</p>		<p>①通信是否正常。</p>

		行N：N通信程序的设计。	制程序： ④调试运行。		
--	--	--------------	----------------	--	--

（四）第一次课设计梗概

1、提出自动化生产线技术应用的广泛性，如应用于工业、农业、军事、交通运输、商业、医疗、服务等相关行业，并举例说明相关的应用实例，如汽车自动化生产线、食品自动化生产线等相关实例。介绍自动化生产线实训设备主要包括供料单元、输送检测单元、分拣单元、机械手翻转单元及相关的实训项目。（15分钟）

2、通过实例激发学生学习的兴趣，使学生产生学习的主动性。（10分钟）

3、说明学习自动化生产线所面向的就业岗位，主要面向珠江三角洲各企业、公司，从事机电产品设计、生产、改造、技术支持，以及机电设备的安装、调试、维护、销售、经营管理等。该课程所涉及的知识面较广，如 PLC、变频器、气动技术、传感器技术、通信技术、电机驱动技术等。（5分钟）

4、接着向学生介绍学习自动化生产线安装与调试的方法，如传感器的工作原理及功能，程序流程图的编写，程序设计的理解等。（5分钟）

5、本课程的考核方式。（5分钟）

四、教学组织形式（教学分组以及组织具体安排方式等，如果是多位教师同时指导，还须说明教师分工安排）

全班分成 12 个小组，由 2 个老师进行指导；

每三到四个学生共用一个实训平台；

2 个老师的分工：

主讲老师负责主要知识点的讲解和学生的巡回指导；

指导老师负责巡回指导及实训器材的发放。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目	考核内容及方法	评分比例%

过程考核	学习态度	根据学生平时作业完成的次数和作业的质量，以及上课听讲和实训积极性按 A、B、C、D 四个等级确定考核得分。	20
	组织纪律	根据学生实训期间出勤情况确定考核得分，迟到一次扣 0.25 分，旷课一次扣 1 分。	10
	任务实施	根据学生完成实训项目情况：A、独立完成且功能完善，得 30；B、独立完成但功能不全，简过老师的简单指导功能完善，得 27；C、独立完成但大部分控制功能不能实现，错误较多，但最终指导能够实现，得 24 分；程序错误非常多，得 18 分；D、程序大部分没有写，不积极，得 18 分以下。	30
结果考核	项目评价	根据考核项目的完成情况：A、能够完全实现控制要求，得 30；B、实现大部分功能，只有少部分没实现，得 25；C、有一半功能没有实现，得 15；D、大部分没有实现，得 15 以下。	30
	实训报告	根据学生完成实训报告的质量，按 A、B、C、D 四个等级确定考核得分。	10
合 计			100

六、教材（实训指导书）的选用

（一）实训指导书或讲义编写建议

实训指导书和讲义的编写有如下建议：能够结合具体的实例，尽量做到由浅入深的对基本概念或控制方法进行讲解，并且实训的具体项目能够把相应的知识点串联起来，达到理论指导实践的目的，实行“教、学、做”一体化的教学方法，使学生做到真正理解并掌握 PLC 设计技巧及编程方法。

（二）推荐教材

《自动化生产线安装与调试》，杜丽萍、机械工业出版社，2014。

（三）教学参考资料

《自动化生产线安装与调试》，吕景泉，中国铁道出版社，2009。

七、主要教学资源要求

（一）教师要求

1、团队规模要求：

基于每届有 4 到 5 个班，专兼职教师应有 4 人左右。

2、课程负责人：

熟悉电气控制与 PLC 原理及应用，掌握变频器和步进电机控制技术、了解当前 PLC 的发展动态和高职教育规律、实践经验丰富、教学效果好、观念新颖、具备“双师”素质教师且有良好的职业道德。

3、教师的能力要求：

对这门课程有很深的认识，对这门课程同时要有很强的制作和设计能力，在对学生的讲课当中能够结合具体的实例，实行“教、学、做”一体化的教学方法。

（二）实践场地、设施要求

1、有相应的实验配置

具有 YL-335B 实验平台 5 套、数字万用表 12 台、螺丝刀内六角螺杆等工具 12 套、多媒体教学设备一套等相关设备。

2、自动化生产线安装与调试实训室一间，实训平台 5 套。

3、多媒体机房一间，可容纳学生 50 人左右。

配置相应的三菱 GX 编程软件。

（三）课程资源的开发与利用

校内自编《自动化生产线安装与调试实训指导书》

<http://www.gongkong.com> 中国工控网

<http://www.cnplck.com> 中国 PLC 网

系负责人：

考研室主任：

任课教师：

《自动生产线创新控制训练》授课计划表

2018 /2019 学年第 一 学期

任课教师		曾一新			任教课程		自动生产线创新控制训练					
任课班级					采用教材						参考书名称 与作者	
					名称			作者、出版社				
新工科创新创业先锋班					自动化生产线安装与调试			杜丽萍、机械工业出版社			自动化生产线组装与调试、 吕景泉	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想： 设计项目考核	
					总课时	其中						
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排		机动
32	0	32	1	6	32	16		16				
<p>本课程教学目标和教学设想：</p> <p>1、课程目标设计</p> <p>1) 能力目标：</p> <p>(1) 能正确识别典型自动化设备及生产线上常用机械结构和电气、气动、检测等元器件；</p> <p>(2) 能正确使用 GX 软件进行较复杂控制程序设计、N:N 通信程序设计、步进伺服电机控制程序设计；</p> <p>(3) 能按照典型自动化设备及生产线的机械、电气、气路系统原理图进行元器件的选用、连接与调试；</p> <p>(4) 能拆装各种自动机机构与元器件；</p> <p>(5) 能正确操作典型自动化设备及生产线的各个模块单元；</p> <p>(6) 能对典型自动化设备及生产线进行硬件配置、程序设计、并实施控制；</p>												

- (7) 能够维护保养典型自动化设备及生产线系统;
- (8) 能进行典型自动化设备及生产线系统常见故障的排除。

2) 知识目标:

- (1) 熟悉自动化生产线控制系统的结构和基本功能;
- (2) 掌握三菱 FX 系列 PLC 的基本逻辑指令、常用功能指令的程序设计;
- (3) 熟悉气动元件的结构和应用, 基本气动回路的工作过程分析;
- (4) 掌握传感器等电气原件的结构、特性、应用和选择规则; 掌握传感器的装配工艺及灵敏度调整;
- (5) 掌握自动化生产线控制系统 N: N 通讯方法和应用。
- (6) 掌握典型自动化设备及生产线常用电路、电气、传感、控制等元器件的工作原理与选用方法;
- (7) 能够读懂典型自动化设备及生产线的机械、电气、气路系统原理图;
- (8) 掌握典型自动化设备及生产线的操作、拆装、调试、控制软硬件设计、维护以及故障诊断与排除的方法。

3) 情感目标:

- (1) 修德、励能、崇学、尚行;
- (2) 团结协作, 友爱互助;
- (3) 有职业道德。

2、教学构想

本课程是机电一体化技术三年制高职专业设置的专业课程之一, 是一门实践一体化课程, 全面提升学生机电一体化知识与技能。针对的职业岗位主要有自动生产线的维修工、车间电气技术员、设备安装调试工等。本课程的主要任务是以自动生产线为载体, 基于典型工作过程, 结合学生的认知特点, 设计教学的主要项目, 通过学生的探讨、资料查询、说明书及操作指导书的阅读, 通过小组协作, 综合运用电工电子技术、传感检测技术、PLC 控制技术、气动及机械等相关知识, 进行自动生产线的安装调试、系统控制程序的设计、网络的组建等工作, 使学生掌握自动化生产线的安装调试及维护的技能及相关专业知识, 提高学生从事自动化系统的安装、设计、维护的综合职业素养, 为学生从事机电一体化产品的设计、安装、调试打下良好基础。

备注: 相同的教材、进度(周课时)和相同的层次, 只编一个计划, 如有不同, 应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
6	供料单元的程序设计及调试	3		3		理论+实践	
7	加工单元的程序设计及调试	3		3		理论+实践	
8	装配单元的程序设计及调试	3		3		理论+实践	提交实训报告
9	分拣单元的程序设计及调试	3		3		理论+实践	
10	输送单元的程序设计及调试	2		2		理论+实践	
11	N: N通信程序的设计与调试	2		2		理论+实践	提交实训报告
合计		16		16			

系负责人:

教研室主任:

任课教师:

（三）城市建设精英班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《建筑商务谈判技巧》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《建筑方案设计》课程

课程名称：建筑方案设计

适用专业：城市建设精英班三期

学 时：32

学 分：2

编制人：矫苏宁

编写日期：2018/4/12

一、课程定位

《建筑方案设计》本课程基于从广东省定贫困社会主义新农村建设项目、标准化农田改造建设项目两个实际项目，让学生参与到项目的建筑设计阶段。课程以当代人居环境科学理论为核心，重点突出美丽乡村建设的特点，启发和培养学学生深入生活和社会实践的设计研究方法。本课程贯通专业教学的全过程，具有综合性和实践性强的特点。本课程重在提高学生的设计能力，并培养学生的创造力和想象力。

本课程主要培养学生综合运用相关专业课程知识，培养有创造性地提出问题、分析问题和解决问题的理论思维能力和与之互动的建筑设计实践能力和职业素质。

二、课程设计理念及思路

（一）课程设计理念：

本课程设计旨在是学生实践过程中理解、掌握和运用具体的设计原理和理论。教学过程就是设计实践过程，每个课题学生都在教师的指导下开展设计，其学习状态表现为连续地发现问题、分析问题和运用理论和知识解决问题的过程。整个过程想做结合，理念与方法并重互动，学生也因而具有较强的在实践中理解、运用原理的能力。

（二）课程思路：

1、以创造力的培养为目标 设计教学系统

建筑设计创造力的培养贯穿课程全过程。自课程伊始，教师的引导便与学生的主动性相互激励，学生在学习基础原理和技能的同时展开问题的研究，培养个体创造性。任何一项设计成果都是逻辑过程的设计创造的产物，是唯一的，而非千篇一律的标准答案。

2、以任务为载体 组织课程内容

《建筑方案设计》课程内容按广东省定贫困社会主义新农村建设项目、标准化农田改造建设项目两个实际项目的展开，通过运用所学设计知识完成工作任务的巩固职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力、素质。

3、以行动为导向 优化教学过程

《建筑方案设计》的教学中，应遵循行动为导向、教学做合一的教学原则，按照建筑设计的工作过程，设计教学的过程。教学过程中采用基本功训练与一定的开放度结合，既保证基本能力的培养又可以通过开放性教学环节，以主体身份参与实战过程，充分激发学习热情，主动培养创新意识和能力。

4、“双师”式的指导 完善教学资源

课程的资源建设为学生提供自主学习的支持条件，通过网络资源、电子课件、视频等方式，构建课程立体的学习资源。

师资的配置确保既能为学生提供良好的教学指导，又能为学生提供实训支持，以“双师”素质或“双师”结构的团队完成实战任务。

三、课程目标

（一）能力目标：

- （1）具有根据设计任务，独立进行方案设计前期资料收集与调查能力；
- （2）具有创造性地提出问题、分析问题和解决问题的理论思维能力和与之互动的建筑设计实践能力。
- （3）具有运用设计新理念、新材料、新技术、新风格的能力；
- （4）具备成果图纸绘制能力；
- （5）具备应用文（可行性分析报告、设计说明等）写作的的能力；
- （6）初步具有正确识别、选择结构类型、建筑材料的能力；
- （7）具有以建筑设计基本问题为核心，专业拓展的交叉学科视野和团队合作精神。

（二）知识目标：

- （1）熟悉建筑设计规范与标准及相关法规；
- （2）掌握必要的民用建筑构造、市政工程、给排水工程等相关知识；

（三）素质目标：

- ①思想素质：具有正确的人生观、价值观、世界观；
- ②道德素质：具有正确的道德认识，端正社会道德行为水平和良好的道德修养；
爱岗敬业，诚实守信，服务社会；
- ③身体素质：各方面身体素质水平良好，为工作、生活、学习打下坚实的基础；
- ④心理素质：具有良好的心理素质，具有充分的适应力，能适度地控制情绪，能保持良好的人际关系。

四、教学模式、方法与手段

在教学过程中，以多样、趣味的教学方法，有针对性地采取工学交替、任务驱动、项目导向、教学做一体化、课堂与实习地点一体化等行动导向的教学模式，充分发挥学生在学习过程中的主体作用。

根据课程内容和学生特点，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导等教学方法，以实战训练为手段，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。

五、课程考核与评价

考核以实战项目为单元，以学生完成设计的构思、表达及实战过程中的综合表现等为标准。

实训成果和过程	成绩比例 (%)	考核方式
平时表现	40	按出勤与纪律评价
设计成果	60	按设计成果考核成绩

六、教学场地、设施要求

课程教学对教室环境、现代化、信息化教学资源、校内外实习实训基地（中心）设施设备配置等方面的主要要求。

教室环境需求：配有专业制图座椅和多媒体投影仪的建筑绘图教室；配有专业制图软件的图形图像实验室。

校外实习实训基地：广东省定贫困社会主义新农村建设项目、标准化农田改造建设项目可供学生现场考察学习，为学生提供更多更真实的专业工作环境。

《建筑方案设计》 授课计划

一、课程基本信息

课程名称	建筑方案设计	课程编号		考试/考查	考查
总学时	32	实验（实训）学时	24	总学分	2
课程性质	选修	适用专业		开课单位	建筑工程学院

二、课程的性质

本课程基于从广东省定贫困社会主义新农村建设项目、标准化农田改造建设项目两个实际项目，让学生参与到项目的建筑设计阶段。课程以当代人居环境科学理论为核心，重点突出美丽乡村建设的特点，启发和培养学生深入生活和社会实践的设计研究方法。本课程贯通专业教学的全过程，具有综合性和实践性强的特点。本课程重在培养学生综合运用相关专业课程知识，培养有创造性地提出问

题、分析问题和解决问题的理论思维能力和与之互动的建筑设计实践能力和职业素质。

三、课程学时安排

(一) 教学项目

模块	教学要求		重点及难点	学时分配
	知识要求	能力要求		
①乡（镇）域规划；②村镇总体规划的编制；③村镇的性质与规模；④村镇用地分析；⑤村镇总体规划布局	了解村镇用地的自然条件评价、经济条件评价与适建性综合评价；熟悉村镇用地分析和总体规划布局形式	掌握村镇总体规划的内容与图件要求，村镇性质与规模的确定方法	重点：村镇用地分析和村镇性质与规划的确定方法； 难点：村镇总体规划的内容与图件要求	2
①村镇交通的特点及道路分类；②村镇道路系统规划；③村镇道路的技术设计；④村镇用地的竖向规划	了解村镇用地的竖向规划的内容；熟悉村镇道路系统规划的内容	掌握村镇交通的特点及道路分类	重点：村镇用地的竖向规划的相关内容； 难点：村镇道路系统规划和村镇交通的特点及道路分类	2
①村镇给水工程规划；②村镇排水工程规划；③村镇防洪工程规划	了解村镇防洪工程规划的内容	熟悉村镇给排水工程规划的内容	重点：村镇防洪工程规划的相关内容； 难点：村镇给、排水工程规划的相关知识体系	2
①乡镇公共中心布局与设计；②乡镇工业区的规划	熟悉乡镇公共中心布局与设计的形式和方法	掌握乡镇工业区的规划内容和图件要求	重点：乡镇公共中心布局与设计的相关内	2

			容; 难点: 乡镇工业的规划设计	
--	--	--	---------------------	--

(二) 实践项目

实践项目	实践内容	实践方式	学时分配
广东省定贫困社会主义新农村建设项目	建筑设计	参与方案设计	16
标准化农田改造建设项目	建筑设计	参与方案设计	8

《施工图绘制》课程

课程名称: 施工图绘制

适用专业: 城市建设精英班三期

学 时: 32

学 分: 2

编制人: 刘琴

编写日期: 2018/4/12

一、课程定位

《施工图绘制》课程基于从广东省定贫困社会主义新农村建设项目、标准化农田改造建设项目两个实际项目,让学生参与到项目的施工图设计阶段。通过实战训练模拟、工程项目直接参与,培养学生施工图设计技能、团队协作能力、与客户沟通能力、解决问题能力。通过课程的展开和实战训练的实施,使学生全面发展提高。本课程以真实建筑工程项目为依托,按照企业设计人员工作流程,完整地学习建筑、市政、给排水、园林等工程施工图图纸的绘制方法。使学生具备独立进行工程施工图纸绘制的能力,实现学校教学内容与企业实际工作内容的无缝衔接。

二、课程任务

1、通过本课程的学习,使学生了解建筑工程施工图设计的概念、目的和内

容；掌握建筑工程施工图绘制的程序与方法；理解建筑工程施工图图纸设计深度；熟悉施工图绘制过程中遵守的相关法规规范；能够熟练快速准确的绘制建筑工程施工图图纸。并具备与甲方、监理、设计（施工）单位进行设计沟通的能力。

2、通过本课程的学习，培养学生严谨的工作作风、实事求是的工作态度；吃苦耐劳的工作精神；培养学生科学的思维方式；培养学生独立分析问题、解决问题的能力；培养学生与人沟通与人协作的能力。

3、通过本课程的学习，学生应基本具备理解方案能力、技术设计能力、图纸审核能力；初步具备现场交底能力、现场深化能力和现场技术指导能力。

三、课程目标

（一）能力目标：

- （1）具有根据设计任务，独立进行施工图设计前期资料收集与调查沟通能力；
- （2）具有创造性地提出问题、分析问题和解决问题的理论思维能力和与之互动的施工图设计实践能力。
- （3）具有运用设计新理念、新材料、新技术、新风格的能力；
- （4）具备成果图纸绘制能力；
- （5）具备应用文（可行性分析报告、设计说明等）写作的能力；
- （6）具有以施工图设计基本问题为核心，专业拓展的交叉学科视野和团队合作精神。

（二）知识目标：

- （1）熟悉施工图设计规范与标准及相关法规；
- （2）掌握必要的民用建筑构造、市政工程、给排水工程等相关知识；

（三）素质目标：

- ①思想素质：具有正确的人生观、价值观、世界观；
- ②道德素质：具有正确的道德认识，端正社会道德行为水平和良好的道德修养；爱岗敬业，诚实守信，服务社会；
- ③身体素质：各方面身体素质水平良好，为工作、生活、学习打下坚实的基础；
- ④心理素质：具有良好的心理素质，具有充分的适应力，能适度地控制情绪，能保持良好的人际关系。

四、教学模式、方法与手段

在教学过程中，以多样、趣味的教学方法，有针对性地采取工学交替、任务驱动、项目导向、教学做一体化、课堂与实习地点一体化等行动导向的教学模式，充分发挥学生在学习过程中的主体作用。

根据课程内容和学生特点，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导等教学方法，以实战训练为手段，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学、学效果。

五、课程考核与评价

考核以实战项目为单元，以学生完成设计的构思、表达及实战过程中的综合表现等为标准。

实训成果和过程	成绩比例（%）	考核方式
平时表现	40	按出勤与纪律评价
设计成果	60	按设计成果考核成绩

六、教学场地、设施要求

课程教学对教室环境、现代化、信息化教学资源、校内外实习实训基地（中心）设施设备配置等方面的主要要求。

教室环境需求：配有专业制图座椅和多媒体投影仪的建筑绘图教室；配有专业制图软件的图形图像实验室。

校外实习实训基地：广东省定贫困社会主义新农村建设项目、标准化农田改造建设项目可供学生现场考察学习，为学生提供更多更真实的专业工作环境。

《施工图绘制》授课计划

课程名称：施工图绘制

适用专业：城市建设精英班三期

学 时：32

学 分：2

编制人：刘琴

编写日期：2018/4/12

一、课程简介：

本课程基于从广东省定贫困社会主义新农村建设项目、标准化农田改造建设项目两个实际项目，让学生参与到项目的施工图设计阶段。通过实战训练模拟、工程项目直接参与，培养学生施工图设计技能、团队协作能力、与客户沟通能力、解决问题能力。通过课程的展开和实战训练的实施，使学生全面发展提高。

本课程以真实美丽乡村项目为依托，按照企业设计人员工作流程，完整地学习建筑、市政、园林、装饰等工程施工图图纸的绘制方法。使学生具备独立进行工程施工图纸绘制的能力，实现学校教学内容与企业实际工作内容的无缝衔接。

二、本课程的基本要求：

1. 掌握建筑、市政、园林、装饰等工程施工图设计依据、相关法规及规范
2. 掌握建筑、市政、园林、装饰等工程施工图纸内容组成、命名及编制顺序
3. 掌握建筑、市政、园林、装饰等工程施工图设计制图相关设置
4. 掌握建筑、市政、园林、装饰等工程施工图纸设计标准及深度设置
5. 掌握建筑、市政、园林、装饰等工程施工图审核与现场深化设计

三、进度计划

课 程 教 学 进 度 计 划

序号	教学内容	课时分配		教学活动安排	说明
		讲授	实践		
1	CAD 软件操作	2	2	理论+实践	
2	施工图设计依据、相关法规及规范、 施工图纸组成、命名及编制顺序	2			
3	施工图设计制图相关设置	2	2	理论+实践	
4	工程施工图纸设计标准及深度设置	2	2	理论+实践	
5	任务 1 广东省定贫困社会主义新农村建设项目施工图设计	2	8	实战训练	

(1)能根据工程项目的设计图纸和施工现场的实际条件,选择和制定广东省定贫困社会主义新农村建设项目合理的施工方案并落实执行。编写施工技术、质量、安全的技术措施和技术交底文件。

(2)能根据工程项目的设计图纸和施工现场的实际条件,选择和制定标准化农田改造建设项目合理的施工方案并落实执行。编写施工技术、质量、安全的技术措施和技术交底文件。

2. 知识目标:

(1)掌握美丽乡村建设主要工种的质量标准、安全生产措施;

(2)掌握美丽乡村建设主要工种的施工工艺、施工技术和方法;

3. 素质目标:

(1). 培养学生的组织管理能力;

(2). 培养学生的独立思考能力;

(3). 培养学生的文字表达能力

(4). 培养学生的团队协作精神。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计 (一般指一级项目编号及名称、内容)

序号	项目(模块)名称	学时(理论/实践)
1	任务1 项目与项目管理	2 (2/0)
2	任务1 项目组织与项目团队 任务2 项目管理环境	2 (2/0)
3	任务1 破冰及解读项目管理技能 任务2 初级、高级项目经理在管理上的六大差距。	4 (2/2)
4	任务1 广东省定贫困社会主义新农村建设项目工程管理	12 (2/12)
5	任务1 标准化农田改造建设项目工程管理	12 (2/12)
	合 计	32 (10/22)

四、教学组织形式

1. 本课程理论性和实践性很强,尤其是施工技术部分,在建筑实训基地,对照着施工的实体来上课;

2. 上课的形式可以多种多样:课堂教学、多媒体演示、工程建设录像演示、

建筑实训基地教学和项目参与等；

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例
过程考核	学习态度	考勤：旷课 1 次扣 2 分；作业、测验和实训：优秀（A）1 次加 1 分，缺交 1 次扣 2 分；课堂提问主动回答加 1 分。总分以 100 分为限，按 100%为平时成绩。	自由发言	40%
	上课考勤		考勤记录	
结果考核	成果	管理效果	工程效益	60%

六、主要教学资源要求

（一）教师要求

本课程的任课教师，应具备扎实的建筑专业知识和较丰富的实际工程经验，对广东省内的建筑施工管理发展情况有所了解，能将课程内容与工程施工实际相结合，深入浅出向同学们讲解。

（二）学习场地、设施要求

教学用 ppt，DVD，材料、构造和施工过程的局部实样或模型，实训室，实训场地、项目参与等多种手段相结合。

（三）课程资源的开发与利用

1. 针对本课程的地域特点，采取多种方法尽可能收集多种信息资源，包括现场施工录像、课程视听光盘，网络课程资源的收集。

2. 注意仿真软件的开发和利用来模拟施工，通过虚拟的操作平台感受真实的职业氛围。

3. 尽可能搭建校企合作平台，增加本课程利用企业资源的优势，解决学生课程参观，项目实训等问题，以满足学生对本课程感性认识的需要，也为学生毕业后的就业创造方便条件。

4. 注意引导学生利用图书馆（本课程相关书籍介绍）及网络电子资源，使学生能常多方面学习到相关知识。

《生产性实战课程-工程管理》授 课 计 划 表

任课教师	陈勇				任教课程	生产性实战课程-工程管理						
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想： 平时成绩40%+期末考试60%
					总课时	其 中						
						课堂讲授	实习实训	课堂作业	单元测验	参观见习	其他安排	
32					32	8	24					
<p>本课程教学目标和教学设想：</p> <p>《生产性实战课程-工程管理》是城市建设精英班三期拓展课程。本课程是培养学生掌握建筑工程项目管理的理论和方法。通过本课程的教与学，使学生具有从事建筑项目管理知识，具有进行建筑企业的项目管理初步能力，具有从事建筑施工的施工项目管理的能力。学习本课程是学生掌握专业理论知识和培养业务能力的主要途径，是学生毕业后从事专业工作的知识源泉。</p> <p>建筑施工项目管理的核心内容是施工项目四个项目控制（进度控制、质量控制、成本控制、安全控制）、三个管理（合同管理、信息管理、风险管理）、一个组织协调沟通。围绕核心内容，重点难点剖析，每一项内容进行适时总结，归纳，使学生记得住，用得来。</p>												

课 程 教 学 进 度 计 划

序号	教学内容	课时分配				教学活动安排	说明
		讲授	实验	习题	实习		
1	任务1 项目与项目管理	2				理论讲授	

2	任务 1 项目组织与项目团队 任务 2 项目管理环境	2				理论讲授	
3	任务 1 破冰及解读项目管理技能 任务 2 初级、高级项目经理在管理上的六大差距。	2			2	理论讲授	
4	任务 1 广东省定贫困社会主义新农村建设项目 工程管理	2			10	实战训练	
5	任务 1 标准化农田改造建设项目工程管理	2			10	实战训练	
合计		10			22	10+22=32	

系负责人：

教研室主任：

任课教师：陈勇

（四）首期工程创优科研班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《建设工程质量创优（QC 小组）》课程

一、基本信息

课程名称：建设工程质量创优（QC 小组）	学 分：2 学分
课程代码：	学 时：32 学时
先修课程：revit 应用基础 BIM 技术集成及 5D 应用	后续课程：建设工程工法创新、
适用专业：土建类专业群	编 制 人：方金刚
审 核 人：	制 订 时 间：2018 年 1 月 10 日

二、课程概述

《建设工程质量创优（QC 小组）》是土建类专业群创新创业课程。创建优质工程提高工程的质量及提高工程管理水平、推动科技进步、推广“四新”技术的应用、造就一支综合素质过硬的项目经理和工程技术管理队伍。

优质工程和 QC 小组的特点, 优质工程和 QC 小组之间的关系, 提出创建优质工程, 需运用全面质量管理的理论和方法, 运用科学的管理方法和手段去处理各种问题, 不断开拓创新, 才能实现工程创优目标。开展工程创优工作的同时促进了 QC 小组活动的发展。

QC 小组活动在生产或工作岗位上从事各种劳动的职工, 围绕企业的经营战略、方针目标和现场存在的问题, 以改进质量、降低消耗、提高人的素质和经济效益为目的组织起来, 运用质量管理的理论和方法开展活动的小组, QC 小组活动

特点之一是具有严密的科学性,它解决课题所涉及的管理技术:(1)遵循 PDCA 循环(四个阶段、十个步骤);(2)以事实为依据,用数据说话;(3)应用统计方法。在活动过程中所做的现状调查、目标确定及目标可行性分析、原因分析、要因确认、对策制定等都必须有相关数据支持,而不是主观地凭经验去分析、判断、下结论。小组目标实现后,还有一个维持巩固与有效性的验证,可见其程序的严谨。采用 QC 的程序和方法去发现、分析、解决工程建设过程的各种质量问题、技术问题、成本问题、管理问题,就能实现工程质量的提升。同时还可以增强团队的凝聚力,发挥小组成员的积极性和创造性,增强团队合作能力。

三、教学目标

(一) 知识目标

1. 了解质量与质量管理、QC 小组的概念与特点、活动的宗旨和作用、有关国家开展 QC 小组活动的情况、中国 QC 小组活动的概况等知识;
2. 掌握组建 QC 小组的原则、QC 小组的成员及对其要求、QC 小组组建程序与注册登记等知识,
3. 掌握 QC 小组活动的基本条件、程序及推进等知识;
4. 掌握 QC 小组活动成果报告、果发表的知识;
5. 掌握 QC 小组活动成果的评审、激励等知识;
6. 掌握统计方法及其用途、产品质量波动、统计数据及其分类、总体与样本、随机抽样方法、统计特征数、两类错误和风险等;
7. 掌握调查表、分层法、头脑风暴法、亲和图与排列图等知识;
8. 掌握因果图、树图与关联图等知识;
9. 掌握水平对比、流程图与简易图表等知识;
10. 掌握直方图与散布图、控制图与过程能力等知识;
11. 掌握正交试验设计法与价值工程简介及其他方法简介知识;

(二) 能力目标

1. 具有运用质量与质量管理把握 QC 小组的特点、活动的宗旨和作用、有关国家开展活动的情况的能力;

2. 具有按照组建 QC 小组的原则、成员、组建程序与注册登记等要求组建团队小组的能力；

3. 具有按照 QC 小组活动的基本条件和程序推进工作的能力；

4. 具有 QC 小组活动成果报告及成果发表的能力；

5. 具有 QC 小组活动成果的评审、激励的能力；

6. 具有运用统计、产品质量波动、统计数据分类、总体与样本、随机抽样、统计特征数、两类错误和风险等方法分析问题的能力；

7. 具有运用调查表、分层法、头脑风暴法、亲和图与排列图等正确分析工程问题的能力；

8. 具有运用因果图、树图与关联图、水平对比、流程图与简易图表、直方图与散布图、控制图与过程能力等图表方法分析问题的能力；

9. 具有运用正交试验设计法与价值工程及其他方法正确分析工程问题的能力。

（三）素质目标

1. 培养较好的职业道德、社会公德。

2. 培养现代的建设工程质量创新模式——主体创新意识、超越意识。

3. 培养较强的学习能力、动手能力、合作能力、创新创业能力。

4. 养成科学的工作模式，工作有思想性、建设性、整体性、创新性。

四、教学内容

（一）内容模块

表 1：课程内容模块及学时分配

序号	课程内容模块名称	学时
1	模块一：QC 小组概述及组建	4（2）
2	模块二：QC 小组活动、成果评审与激励	4（2）
3	模块三：统计方法基础知识	12（6）
4	模块四：调查表、分层法、头脑风暴法、亲和图与排列图	4（2）
5	模块五因果图、树图与关联图、水平对比、流程图与简易图表	4（2）
6	模块六：直方图与散布图、控制图与过程能力、正交试验设计法与价值	4（2）

	工程	
合 计		32 (16)

(二) 教学项目

表 2: 项目教学内容及学时分配

项目名称	工作任务	学时安排		能力目标	知识目标	教学方法建议	项目成果(可展示)
1. 模块一: QC 小组概述及组建	1.1 QC 小组的概念与特点 1.2 QC 小组活动的宗旨和作用 1.3 有关国家开展 QC 小组活动的情况 1.4 中国 QC 小组活动的概况 1.5 QC 小组的原则 1.6 QC 小组的成员及其要求 1.7 QC 小组组建程序与注册登记 1.8 实践案例-地铁盾构隧道全断面测量新设备的研发	4		具有运用质量与质量管理把握 QC 小组的特点、活动的宗旨和作用、有关国家开展活动的情况的能力; 具有按照组建 QC 小组的原则、成员、组建程序与注册登记等要求组建团队小组的能力;	了解质量与质量管理、QC 小组的概念与特点、活动的宗旨和作用、有关国家开展 QC 小组活动的情况、中国 QC 小组活动的概况等知识; 掌握组建 QC 小组的原则、QC 小组的成员及其要求、QC 小组组建程序与注册登记等知识,	形象的视频、图片资料介绍, 主要从课程的重要性、实用性出发; 以激发学生的学习兴趣。	增强课程的感性认识, 培养学生学习兴趣。
2. 模块二: QC 小组活动、成果评审与激励	2.1 QC 小组活动小组活动的基本条件、程序、推进、成果、报告、发表、评审与激励	4	2	具有按照 QC 小组活动的基本条件和程序推进工作的能力; 具有 QC 小组活动成果报告及成果发表的能力; 具有 QC 小组活	掌握 QC 小组活动的基本条件、程序及推进等知识; 掌握 QC 小组活动成果报告、果发表的知识; 掌握 QC 小组活动成果的评审、激励	结合案例讲解发展、由来, 特点及作用。	给出案例做出方案。

				动成果的评审、激励的能力；	等知识；		
	2.2 实践案例-提高室外 S 型车道施工质量合格率		2			实物展示、图解法。	选择发表方案。
3. 模块三：统计方法基础知识	3.1 统计方法及其用途、产品质量波动	12	2	具有运用统计、产品质量波动、统计数据分类、总体与样本、随机抽样、统计特征数、两类错误和风险等方法分析问题的能力；	掌握统计方法及其用途、产品质量波动、统计数据及其分类、总体与样本、随机抽样方法、统计特征数、两类错误和风险等；	结合该分项工程讲解。	选择分项工程案例进行实训
	3.2 统计数据及其分类、总体与样本		2			选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	3.3 随机抽样方法、统计特征数、两类错误和风险		2	具有运用统计、产品质量波动、统计数据分类、总体与样本、随机抽样、统计特征数、两类错误和风险等方法分析问题的能力；	掌握统计方法及其用途、产品质量波动、统计数据及其分类、总体与样本、随机抽样方法、统计特征数、两类错误和风险等；	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	3.4 实践案例-提高静压钢筋混凝土预应力管桩施工一次验收合格率；海格工地砌筑 QC；提高 GXY-膨胀玻化微珠保温层一次验收合格率		6			实物展示、图解法、实训	实训成果

4. 模块四：调查表、分层法、头脑风暴法、亲和图与排列图	4.1 调查表、分层法、头脑风暴法、亲和图与排列图	4	2	具有运用调查表、分层法、头脑风暴法、亲和图与排列图等正确分析工程问题的能力	掌握调查表、分层法、头脑风暴法、亲和图与排列图等知识；	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	4.2 实践案例-提高屋面 I 型 APP 改性沥青防水卷材验收合格率		2			实物展示、图解法、实训	实训成果
5. 模块五因果图、树图与关联图、水平对比、流程图与简易图表	5.1 因果图、树图与关联图、水平对比、流程图与简易图表		2	具有运用因果图、树图与关联图、水平对比、流程图与简易图表、等图表方法分析问题的能力；	掌握因果图、树图与关联图等知识；	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	5.2 实践案例-改进型混凝土结构化学植筋施工技术的探索		2			实物展示、图解法、实训	实训成果
6. 模块六：直方图与散布图、控制图与过程能力、正交试验设计法与价值工程	5.1 直方图与散布图、控制图与过程能力、正交试验设计法与价值工程		2	具有直方图与散布图、控制图与过程能力等图表方法分析问题的能力； 具有运用正交试验设计法与价值工程及其他方法正确分析工程问题的能力。	掌握水平对比、流程图与简易图表等知识； 掌握正交试验设计法与价值工程简介及其他方法简介知识；	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	5.2 实践案例-提高钢结构悬吊风管安装质量自检合格率		2			实物展示、图解法、实训	实训成果

五、教学组织形式

- 1、以授课为主，以现场实训教学为辅，对讲授内容进行实践。
- 2、讲授应着重于重点的归纳，难点的剖析，以典型建筑设备案例分析为主。

3、重视课时不多的实训与现场教学的组织安排。项目实操实训安排在本项目基本讲授完后进行。分组实训，各班根据学生人数进行分组，每小组控制在6至8人，注意好、中、差的搭配，各小组进行的实训以现场教学、讨论的形式进行。

六、考核方式和考核标准

表 3：教学项目考核评价标准

项目名称	考核点	建议考核方式	权重 (%)	评分
1. 模块一：QC 小组概述及组建	①运用质量与质量管理把握 QC 小组的特点、活动的宗旨和作用、有关国家开展活动的情况； ②组建 QC 小组的原则、成员、组建程序与注册登记等要求组建团队小组。	1. 课堂表现	20	10
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
2. 模块二：QC 小组活动、成果评审与激励	①QC 小组活动的基本条件和程序推进工作； ②QC 小组活动成果报告及成果发表； ③QC 小组活动成果的评审、激励。	1. 课堂表现	20	20
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
3. 模块三：统计方法基础知识	①具有运用统计、产品质量波动； ②统计数据分类、总体与样本； ③随机抽样、统计特征数、两类错误和风险；	1. 课堂表现	20	40
		2. 考勤情况	10	

		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
4. 模块四：调查表、分层法、头脑风暴法、亲和图与排列图	①调查表、分层法； ②头脑风暴法、亲和图与排列图；	1. 课堂表现	20	10
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
5. 模块五因果图、树图与关联图、水平对比、流程图与简易图表	①因果图、树图与关联图、② 水平对比、流程图与简易图表	1. 课堂表现	20	10
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
6. 模块六：直方图与散布图、控制图与过程能力、正交试验设计法与价值工程	①直方图与散布图、控制图与过程能力； ②正交试验设计法与价值工程。	1. 课堂表现	20	10
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
合计				100

七、教材的选用

（一）教材

《QC 小组基础教材》，邢文英主编，中国社会出版社。

（二）教材或讲义编写建议

1、教材或讲义必须依据本标准选定或制定。建议最好将选定教材结合专业地域特点进行知识重组后制定相关部分的讲义。

2、参照本课程标准制定教材（讲义）实践部分应充分考虑项目驱动，任务引领，实践导向的用意。

3、理论教材应以完成任务的典型活动项目来驱动设计，讲解应尽量结合多媒体课件、录像、动画、实际工程案例等来进行。课后应尽量有配合完成体现相关知识实践动手能力的拓展作业任务。

4、教材的编写，尽量以学生为主体，文字表达恰如其分即可，做到图文并茂，案例实际可行，增加感性认识成分，减少理性成分，增加知识的实用性（职业考证）成分，减少无谓的篇幅。让学生使用过程中体现其学习的自主性和积极性。

5、讲义中最好应参入能与学生进行互动的，可操作的活动设计成分。

（二）教学参考资料

《2017QC 资料整理汇编》，作者：中国建筑施工企业协会质量委员会；

八、主要教学资源要求

（一）教师要求

1、本课程要求教师应精通土建类专业课题研究及工程质量 QC 小组的工作原理。

2、要具有工程项目管理方面的实践与工程质量编制及发表的经验，方能承担培养学生对工程实际问题的分析和解决的能力。

3、应具有较丰富的土建类专业一线现场及研究工程质量成果经验，并具备科学技术成果转化推广的经验。

（二）学习场地、设施要求

发挥“一平台两中心”即城市建设应用技术协同创新育人平台、协同创新研究中心、土木工程领域工程技术研究中心的实训教学作用，结合中建二局、中铁一局、广东华建等企业的工程项目及产生的新工艺、新方法、新标准进行现场教学，效果将会十分理想。但是还需要学院从教学方面进行适当调整改善，以更适合实训与现场教学的需要。这门课程以及与其关联的课程建设成具有浓郁城建色彩。

九、课程教学特色

1、课程教学目标

以“懂”与“会”、“学”与“做”、“知识”与“能力”的跟进关系为主线，主要设计了以下目标：

1. 熟悉运用科学的管理方法和手段去处理各种问题, 不断开拓创新。为后续课程《建设工程工法创新》打下坚实的理论基础。

2. 熟悉优质工程的质量管理、熟悉“四新”技术的应用。

3. 通过实务、案例，模拟 QC 小组，培养学生发现、分析和解决问题的能力，为以后的实践工作打下基础。

教学设想如下：

1. 根据质量创优（QC 小组）的实际工作过程设计课程教学内容，如项质量控制——提出问题——问题分析——大解决问题——改进措施——检查是否出现新的问题。

2. 该课程采用“知识+实例+实践”的教学模式，打破传统单一的知识传授教学模式。在能力本位的课程体系构架下，课程教学方法由传统的归纳、分析、综合等方法向项目教学法、案例教学法、角色扮演教学法、现场教学法等模式转换，教学场所由传统的单功能专业教室（即描述性、报告性的理论课堂），向多功能一体化的实训场所（即集理论教学、小组讨论、实验和实际操作的教学地点）转换。教师和学生讲讲做做，做做讲讲，边学边做，实现“教学做合一”教学模式。

3. 结合施工员岗位任职要求，在分析典型工作的基础上，实现模块化教学、模块化考核。本课程包括 QC 介绍、小组组建、小组活动、活动成果、对比分析等教学模块。

4. 课程内容的设计考虑“工作”和“学习”高度融合，形成一个有机整体，即工学结合。使学生不仅为了学习而学习，而是为了工作、为了培养素质和能力而学习。

建设工程质量创优（QC小组）授课计划表

2017/2018 学年第 二 学期

任课教师		吴少松			任教课程		建设工程质量创优（QC小组）					
任课班级					采用教材							参考书名称与作者
					名称			作者、出版社				
工程创优科研班					QC小组基础教材			主编：邢文英 中国工业出版社			2017QC资料整理汇编	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想： 过程考核和结果考核，结果考核主要指期末考试形式交成果
					总课时	其 中						
课堂讲授	课堂作业	实习实训	单元测验	参观见习		其他安排						
32	0	32	8	4	32	16	0	16	0	0	0	0

本课程教学目标和教学设想：

课程教学目标以“懂”与“会”、“学”与“做”、“知识”与“能力”的跟进关系为主线，主要设计了以下目标：

1. 熟悉运用科学的管理方法和手段去处理各种问题，不断开拓创新。为后续课程《建设工程工法创新》打下坚实的理论基础。
2. 熟悉优质工程的质量管理、熟悉“四新”技术的应用。
3. 通过实务、案例，模拟QC小组，培养学生发现、分析和解决问题的能力，为以后的实践工作打下基础。

教学设想如下：

1. 根据质量创优（QC小组）的实际工作过程设计课程教学内容，如项质量控制——提出问题——问题分析——解决问题——改进措施——检查是否出现新的问题。
2. 该课程采用“知识+实例+实践”的教学模式，打破传统单一的知识传授教学模式。在

能力本位的课程体系构架下，课程教学方法由传统的归纳、分析、综合等方法向项目教学法、案例教学法、角色扮演教学法、现场教学法等模式转换，教学场所由传统的单功能专业教室（即描述性、报告性的理论课堂），向多功能一体化的实训场所（即集理论教学、小组讨论、实验和实际操作的教学地点）转换。教师和学生讲讲做做，做做讲讲，边学边做，实现“教学做合一”教学模式。

3. 结合施工员岗位任职要求，在分析典型工作的基础上，实现模块化教学、模块化考核。本课程包括 QC 介绍、小组组建、小组活动、活动成果、对比分析等教学模块。

4. 课程内容的设计考虑“工作”和“学习”高度融合，形成一个有机整体，即工学结合。使学生不仅为了学习而学习，而是为了工作、为了培养素质和能力而学习。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

2017/2018 学年第 二 学期

周次（待定）	教学内容	课时分配	教学活动安排	说明（教材章节）
1	QC 小组概述	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 1 章；
2	QC 小组组建	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 2 章；
3	QC 小组活动基本条件、程序	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 3 章； 3.1 3.2
4	QC 小组活动的推进	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 3 章； 3.3
5	QC 小组成果报告	2	讲授、演示、测试	第 4 章； 4.1
6	QC 小组成果发表	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 4 章； 4.2
7	QC 小组活动成果的评审与激励	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 5 章；
8	统计方法及其用途	2	讲授、演示、学生识读	第 6 章； 6.1

			教师指导	
9	产品质量波动	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 6 章； 6. 2
10	统计数据及其分类、总体、 样本	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 6 章； 6.3 6.4
11	随机抽样方法、统计特征数	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 6 章； 6.5 6.6
12	两类错误和风险	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 6 章； 6.7
13	调查法、分层法、头脑风暴 法、排列图法	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 7 章；
14	因果图、树图与关联图	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 8 章；
15	水平对比、流程图与简易图 表	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 9 章；
16	控制图与过程能力	2	讲授、演示、学生识读 教师指导	第 11 章；

系负责人：魏爱敏 教研室主任：方金刚 任课教师：方金刚

《建设工程工法创新》课程

一、基本信息

课程名称：建设工程工法创新

学 分：2 学分

课程代码：

学 时：32 学时

先修课程：建设工程质量创优（QC 小组）

后续课程：整体工程创优设计

适用专业：土建类专业群

编 制 人：方金刚

审 核 人：

制订时间：2018 年 1 月 10 日

二、课程概述

《建设工程工法创新》是土建类专业群创新创业课程。它是运用新知识、新工艺、新技术、新方法与管理方式提升原有产品质量，开发新产品或是提供新的服务来达到扩大市场份额的目的。而土建类专业技术创新，主要指的是通过研究材料、构件等相关因素的有机结合，产生的新方法、新工艺、新方式、新原理来

实现技术上的创新。这样可让已建成的建筑物不单更加整洁、大方，也更具有合理性。在建筑施工中，对施工技术的改进和创新，主要是为确保建成后的使用性能和质量，从而能更好的满足市场需求。

本课程主要学习内容建筑施工工法的基本知识、编写方法及应用实例。包括工法的由来与发展、工法的编写、工法的申报、工法的审定与管理、施工工法的特点、施工工法的作用、施工工法示例等内容，在施工工法示例中，按建筑工程、安装工程、节能工程、特殊工程列举了分部分项工程的工法实例，具体地介绍了工法的编写及应用，涉及工程质量、安全、材料、工艺、机具、管理等方面，实践性强，通过大量的分部分项工程的施工工法实例，能够启发学生的工程施工的创新思维能力。

三、教学目标

（一）知识目标

1. 了解工法的由来与发展；
2. 掌握土建类专业工法的编写内容及要求；
3. 掌握施工工法的特点；
4. 掌握施工工法的作用；
5. 了解工法的申报、工法的审定与管理；
6. 了解施工工法示例；
6. 掌握建筑、结构工程各分部工程的工法实例及创新思路；
7. 掌握建筑设备安装工程各分部工程的工法实例及创新思路；
8. 掌握建筑节能工程分部分项工程的工法实例及创新思路；
9. 掌握特殊工程分部分项工程的工法实例及创新思路；
10. 掌握工法的编写、应用推广涉及工程质量、安全、材料、工艺、机具、管理等方面的创新思路；

（二）能力目标

1. 具有按要求和工法编制的内容编制土建类专业工法的能力；
2. 具有按施工工法的特点、作用等方面审定与管理工法，申报工法的能力；
3. 具有根据建筑、结构工程施工工法创新思路编制分部工程的工法的能力；

4 具有根据工法实例及创新思路编制建筑设备安装工程各分部工程的工法的能力；

5. 具有根据工法实例及创新思路编制建筑节能工程分部分项工程的工法的能力；

6. 具有根据工法实例及创新思路编制特殊工程分部分项工程的工法的能力；

7. 具有工法应用推广涉及工程质量、安全、材料、工艺、机具、管理等方面的能力；

（三）素质目标

1. 培养较好的职业道德、社会公德。
2. 培养现代的创新创业文化模式——主体创新意识、超越意识、创业意识。
3. 培养较强的学习能力、动手能力、合作能力、创新创业能力。
4. 养成科学的工作模式，工作有思想性、建设性、整体性、创新性。

四、教学内容

（一）内容模块

表 1：课程内容模块及学时分配

序号	课程内容模块名称	学时
1	工法课题创新与思路入门	2 (0)
2	模块一：工法创新概述	4 (2)
3	模块二：建筑、结构工程工法创新	12 (8)
4	模块三：建筑设备安装工程工法创新	6 (2)
5	模块四：建筑节能工程工法创新	4 (2)
6	模块五：特殊工程分部分项工法创新程	4 (2)
合 计		32 (16)

（二）教学项目

表 2：项目教学内容及学时分配

项目名称	工作任务	学时安	能力目标	知识目标	教学方法建议	项目成果 (可展
------	------	-----	------	------	--------	----------

		排				示)
1. 工法课题创新与思路入门	1.1 课程介绍	2	①告知学生本课程的总体安排、教材的处理,上课的方式和明确教学目标——实现各项目任务时所达到的效果。同时介绍学生将来工作性质、就业的方向及所具备的职业道德。②告知学生考核方式(详见考核方案设计)。③课堂答惑,主要明确为什么学?学什么?怎么学?	①明确为什么学的问题;②明确该学什么的问题;③明确怎么学的问题。	形象的视频、图片资料介绍,主要从课程的重要性、实用性出发;以激发学生的学习兴趣。	增强课程的感性认识,培养学生学习兴趣。
2. 模块一:工法创新概述	2.1 工法的发展、由来特点及作用	4	按施工工法的特点、作用等方面审定与管理工法,申报工法的能力	①工法的发展;②由来;③特点及作用	结合案例讲解发展、由来,特点及作用。	给出案例做出方案。
	2.2 工法审定与管理工法,申报工法		①具备审定工法能力;②具备管理工法的能力;③具备申报工法的能力。	①工法审定;②工法管理;③工法申报	实物展示、图解法。	选择工法审定、申报、管理方案。
3. 模块二:建筑、结构工程工法创新	3.1 大体积混凝土工程	2	①具备注浆机械设备使用创新能力;②具备改造混凝土配比提供混凝土养护合格率等能力	①注浆机械设备使用创新能力;②改造混凝土配比提供混凝土养护合格率等	结合该分项工程讲解。	选择分项工程案例进行实训
	3.2 铝模板的安装与使用		①具备铝膜识图能力;②具备制作改进安装方案能力;③具备选择与维护保养的能力。	①铝膜识图能力;②制作改进安装方案能力;③选择与维护保养的能力。	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训

	3.3 装配式建筑安装施工	2	①具备识图能力;②具备深化设计及构配件制造能力;③具备装配式测量、吊装、校准、调试、注浆等过程施工的改进能力	①识图;②深化设计及构配件制造;③装配式测量、吊装、校准、调试、注浆等过程施工的改进	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	3.4 结合混凝土、铝膜、装配式建筑安装施工结合实训	8	大体积混凝土工程工法实训;铝模板的安装与使用工法实训;装配式建筑安装施工工法实训	① 图纸识读;② 工法方案制作;③深化改进	实物展示、图解法、实训	实训成果
4. 模块三: 建筑设备安装工程工法创新	4.1 建筑消防工程	2	①具备识图能力;②具备深化设计消防设备安装能力;③具备安装调试、检测、运行能力	①识图;②深化设计消防设备安装;③安装调试、检测、运行	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	4.2 建筑复杂综合管线	2	①具备识图能力;②具备深化设计强弱电、通风空调、给水、消防等综合敷设布线能力;③具备安装调试、检测、运行能力	①具备识图;②深化设计强弱电、通风空调、给水、消防等综合敷设布线;③安装调试、检测、运行	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	4.3 设备安装工法创新实训	2	建筑消防工程工法实训;建筑复杂综合管线工法实训;	①图纸识读;②工法方案制作;③深化改进	实物展示、图解法、实训	实训成果
5. 模块四: 建筑节能工程工法创新	5.1 墙体节能分项工程、照明系统工程等节能	2	①具备识图能力;②具备深化设计外墙外保温系统、外墙保温材料等级、外墙平均传热系数等能力;③具备使用电子镇流器,采用分项能耗计量仪表和标准通讯接口;采用节能灯,荧光灯能力	①识图;②深化设计外墙外保温系统、外墙保温材料等级、外墙平均传热系数等;③使用电子镇流器,采用分项能耗计量仪表和标准通讯接口;采用节能灯,荧光灯等	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	5.2 墙体节能分项工程、照明系统工程工法实训	2	墙体节能分项工程工法实训、照明系统工程工法实训	①图纸识读;②工法方案制作;③深化改进	实物展示、图解法、实训	实训成果

6. 模块五：特殊工程分部分项工法创新工程	5.1 深基坑边坡支护及监测	2	①具备识图能力；②具备深化设计锚索支护及逆作业工能力；③具备使用仪器设备设计安全监测及收集数据能力	①识图；②深化设计锚索支护及逆作业工；③使用仪器设备设计安全监测及收集数据；	选择案例、实物展示、图解法。	选择分项工程案例进行实训
	5.2 深基坑边坡支护及监测工法实训	2	深化设计锚索支护及逆作业工法实训、边坡安全监测工法实训	①图纸识读；②工法方案制作；③深化改进	实物展示、图解法、实训	实训成果

五、教学组织形式

- 1、以授课为主，以现场实训教学为辅，对讲授内容进行实践。
- 2、讲授应着重于重点的归纳，难点的剖析，以典型建筑设备案例分析为主。
- 3、重视课时不多的实训与现场教学的组织安排。项目实操实训安排在本项目基本讲授完后进行。分组实训，各班根据学生人数进行分组，每小组控制在6至8人，注意好、中、差的搭配，各小组进行的实训以现场教学、讨论的形式进行。

六、考核方式和考核标准

表 3：教学项目考核评价标准

项目名称	考核点	建议考核方式	权重 (%)	评分
1. 工法课题创新与思路入门	①为什么学的问题； ②该学什么的问题； ③怎么学的问题。	1. 课堂表现	20	5
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
2. 工法创新概述	①工法由来与发展； ② 工法编制； ③工法申报、管理、审定。	1. 课堂表现	20	10
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
3. 建筑、结构工程工法创新	①大体积混凝土工程； ③ 模板工程； ③装配式建设施工	1. 课堂表现	20	40
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
4. 建筑设备工程工法创新	①建筑消防工程； ②复杂综合管线；	1. 课堂表现	20	20
		2. 考勤情况	10	

		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
5. 建筑节能工程工法创新	①墙体节能分项工程 ② 照明系统工程工	1. 课堂表现	20	10
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
6. 特殊工程分部分项工工法创 新程	①深基坑边坡支护; ②深基坑边坡监测。	1. 课堂表现	20	15
		2. 考勤情况	10	
		3. 项目进度	20	
		4. 成果质量	50	
合计				100

七、教材的选用

（一）教材

《建筑工程施工工法编写指导》，张希舜主编，中国建筑工业出版社（ISBN：9787112116904）。

（二）教材或讲义编写建议

1、教材或讲义必须依据本标准选定或制定。建议最好将选定教材结合专业地域特点进行知识重组后制定相关部分的讲义。

2、参照本课程标准制定教材（讲义）实践部分应充分考虑项目驱动，任务引领，实践导向的用意。

3、理论教材应以完成任务的典型活动项目来驱动设计，讲解应尽量结合多媒体课件、录像、动画、实际工程案例等来进行。课后应尽量有配合完成体现相关知识实践动手能力的拓展作业任务。

4、教材的编写，尽量以学生为主体，文字表达恰如其分即可，做到图文并茂，案例实际可行，增加感性认识成分，减少理性成分，增加知识的实用性（职业考证）成分，减少无谓的篇幅。让学生使用过程中体现其学习的自主性和积极性。

5、讲义中最好应参入能与学生进行互动的，可操作的活动设计成分。

（二）教学参考资料

《工程建设国家级工法汇编》，作者：住房和城乡建设部工程质量安全监；

八、主要教学资源要求

（一）教师要求

- 1、本课程要求教师应精通土建类专业课题研究及工法研究的工作原理。
- 2、要具有工程项目管理方面的实践与工法编制的经验，方能承担培养学生对工程实际问题的分析和解决的能力。
- 3、应具有较丰富的土建类专业一线现场及研究科学技术成果经验，并具备科学技术成果转化推广的经验。

（二）学习场地、设施要求

发挥“一平台两中心”即城市建设应用技术协同创新育人平台、协同创新研究中心、土木工程领域工程技术研究中心实训场地的作用，结合中建二局、中铁一局、广东华建等企业的工程项目及产生的新工艺、新方法、新标准进行现场教学，效果将会十分理想。但是还需要学院从教学方面进行适当调整改善，以更合适实训与现场教学的需要。这门课程以及与其关联的课程建设成具有浓郁城建色彩。

九、课程教学特色

（一）课程教学目标

以“懂”与“会”、“学”与“做”、“知识”与“能力”的跟进关系为主线，主要设计了以下目标：

- 1、掌握创新技术的基本知识，掌握工法开发的系统方法和理念，掌握工法开发与知识管理之间互动影响机理关系。
- 2、掌握工法开发的四个环节和九大步骤。掌握工法内容。
- 3、通过实务、案例，现场调研，培养学生发现、分析和解决问题的创新能力，为以后的创新实践工作打下基础。

（二）教学设想

1、根据工法开发的工作过程设计课程教学内容，如图纸说明阅读——系统图分析——平面图分析——大样图分析——工艺流程确定——相关施工工艺、施工规范确定。

2、该课程采用“知识+实例+实践”的教学模式，打破传统单一的知识传授教学模式。在能力本位的课程体系构架下，课程教学方法由传统的归纳、分析、

综合等方法向项目教学法、案例教学法、角色扮演教学法、现场教学法等模式转换，教学场所由传统的单功能专业教室（即描述性、报告性的理论课堂），向多功能一体化的实训场所（即集理论教学、小组讨论、实验和实际操作的教学地点）转换。教师和学生讲讲做做，做做讲讲，边学边做，实现“教学做合一”教学模式。

3、结合实践案例，在分析典型工作的基础上，实现模块化教学、模块化考核。

4、课程内容的设计考虑“工作”与“学习”，“实践”和“创新”高度融合，形成一个有机整体，即创新与实践结合。使学生不仅为了学习而学习，而是为了工作、为了培养知识素养和创新实践能力而学习。

《建设工程工法创新》授课计划表

2018/2019 学年第一学期

任课教师	刘俊明			任教课程	建设工程工法创新								
任课班级				采用教材						参考书名称与作者			
				名称			作者、出版社						
工程创优科研先锋班				建筑工程施工工法编写指导			ISBN: 9787112116904 作者: 张希舜 中国建筑工业出版社			工程建设国家级工法汇编, 作者: 住房和城乡建设部工程质量安全监			
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配								课程考核方式设想: 过程考核和结果考核, 结果考核主要指期末考试形式交成果
					总课时	其中							
						课堂讲授	课堂作业	实训	单元测验	参观见习	其他安排	机动	

32	0	32	8	4	32	16	0	16	0	0	0	0	
----	---	----	---	---	----	----	---	----	---	---	---	---	--

本课程教学目标和教学设想：

课程教学目标以“懂”与“会”、“学”与“做”、“知识”与“能力”的跟进关系为主线，主要设计了以下目标：

1. 掌握创新技术的基本知识，掌握工法开发的系统方法和理念，掌握工法开发与知识管理之间互动影响机理关系。
2. 掌握工法开发的四个环节和九大步骤。掌握工法内容。
3. 通过实务、案例，现场调研，培养学生发现、分析和解决问题的创新能力，为以后的创新实践工作打下基础。

教学设想如下：

1. 根据工法开发的工作过程设计课程教学内容，如图纸说明阅读——系统图分析——平面图分析——大样图分析——工艺流程确定——相关施工工艺、施工规范确定。
2. 该课程采用“知识+实例+实践”的教学模式，打破传统单一的知识传授教学模式。在能力本位的课程体系构架下，课程教学方法由传统的归纳、分析、综合等方法向项目教学法、案例教学法、角色扮演教学法、现场教学法等模式转换，教学场所由传统的单功能专业教室（即描述性、报告性的理论课堂），向多功能一体化的实训场所（即集理论教学、小组讨论、实验和实际操作的教学地点）转换。教师和学生讲讲做做，做做讲讲，边学边做，实现“教学做合一”教学模式。
3. 结合实践案例，在分析典型工作的基础上，实现模块化教学、模块化考核。
4. 课程内容的设计考虑“工作”与“学习”，“实践”和“创新”高度融合，形成一个有机整体，即创新与实践结合。使学生不仅为了学习而学习，而是为了工作、为了培养知识素养和创新实践能力而学习。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

2018/2019 学年第 一 学期

周次 (待定)	教学内容	课时分配	教学活动安排	说明(教材章节)
1	工法的由来与发展	2	讲授、演示、学生识读教师指导	第 1 章;
2	工法的编写	2	讲授、演示、学生识读教师指导	第 2 章;
3	工法的申报	2	讲授、演示、学生识读教师指导	第 3 章;
4	工法的审定与管理	2	讲授、演示、学生识读教师指导	第 4 章;
5	施工工法的特点	2	讲授、演示、测试	第 5 章
6	施工工法的作用	2	讲授、演示、学生识读教师指导	第 6 章;
7	建筑工程、安装工程、节能工程、特殊工程列举了分部分项工程的工法实例	2	讲授、演示、学生识读教师指导	第 7 章;
8	工法应用与推广涉及工程质量、安全、材料、工艺、机具、管理	2	讲授、演示、学生识读教师指导	第 8 章;

《BIM 技术集成及 5D 应用》课程

一、课程基本信息

课程名称: BIM 技术集成及 5D 应用 学 分: 2

课程代码: 学 时: 32

先修课程: 建筑构造与识图、建筑结构与识图、建筑信息模型—建筑建模等

后续课程: BIM 技术综合应用、设备 MEP 建模及碰撞优化、装配式建筑 BIM 技术应用、异形建筑 BIM 技术

适用专业: 工程创优科研班 编 制 人: 桂慧龙

审 核 人: 编制时间: 2018 年 08 月 26 日

二、课程性质

2016 年 8 月,住房与城乡建设部印发《2016-2020 年建筑业信息化发展纲要》,

其中近 30 次提及 BIM，明确了 BIM 技术在推动建筑产业信息化发展、转型升级的核心地位。BIM 技术是工程建设领域的一次技术革命，将为建筑设计、建筑施工、工程预算与物业管理的建筑全过程生命周期带来巨大的变革和能力提升。

《BIM 技术集成及 5D 应用》是 BIM 技术的重要内容，通过本课程的学习，培养学生独立操作软件能力和独立思考能力，提升专业素养，要求学生具备 BIM 技术软件操作的基本能力和结构建模的能力。建筑信息模型 (Building Information Modeling, 简称 BIM) 是以三维数字技术为基础，集成了建筑设计、建造、运维全过程各种相关信息的工程数据模型，并能对这些信息的详尽表达。BIM 是一种应用于设计、建造、管理的数字化方法。BIM 技术正在推动着建筑工程设计、建造、运维管理等多方面的变革，将在 CAD 技术基础上广泛推广应用。BIM 技术作为一种新的技能，有着越来越大的社会需求，正在成为我国就业中的新亮点。这将对培养大学生对计算机在专业技术方面的应用能力，提高其专业技术的综合素质，以适应高度信息化、社会化的需要，具有较为重要的作用。

三、课程设计

(一) 课程目标设计

1. 能力目标：能够利用 Revit 软件建立中小型建筑物的结构信息模型，能对广联达软件对接进行造价分析。
2. 知识目标：掌握 Revit 结构建模及与广联达对接的操作技能。
3. 素质目标：
 - (1) 吃苦耐劳、爱岗敬业的职业道德；
 - (2) 刻苦钻研、自学能力；
 - (3) 与人沟通，团队协作能力。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程主要内容说明

BIM 技术集成重点是以 bim 二级结构建模专业考试大纲为基础，参照往期 bim 考试等级考试的题目，设置绘制项目结构模型并配制钢筋，通过课程的学习可以熟练掌握软件的操作，能独立完成某项目的结构模型的创建。BIM 5D 应用重点是以某一小型建筑为主线，与广联达软件进行对接进行工程量的计算。

2. 课程组织安排说明

本门课程在教学中应体现“教、学、做”一体化教学，体现以学生为中心的指导思想，并拟实现翻转课堂的理念，给学生较多的动手时间，教学内容较多，课程相对紧凑。

3. 课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	BIM 技术集成	20
2	BIM 5D 应用	4
3	BIM 应用实战模拟	8
合计		32

4. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1	BIM 技术集成	20	能够对一般建筑项目进行结构建模包括标高、轴网、基础、结构墙、柱、板、屋顶、楼梯等，能进行各结构的配筋、标注及出图	Revit Structures 结构建模的基本操作	1、教师讲解分析，引导学生正确理解 2、学生自行操作，教师针对性指导； 3、学生完成操作任务，个别回答； 4、教师进行小结，课后进行练习辅导	某别墅结构模型
2	BIM 5D 应用	4	能够通过 Revit 软件与广联达软件进行对接进行 Revit 模型工程量的计算	广联达软件的基本操作	1、教师讲解分析，引导学生正确理解 2、学生自行操作，教师针	某工程算量

					对性指导； 3、学生完成操作任务，个别回答； 4、教师进行小结，课后进行练习辅导	
3	BIM 应用实战模拟	8	在规定的时间内能够独立完成往届二级建模真题	Revit Structures 操作要领	学生实践为主，老师辅导	某一期真题

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法
1	9	2	结构图纸识读	1. 了解 Revit Structure 的功能及作用 2. 能够区分建筑标高与结构标高的区别 3. 能够完成标高、轴网的创建	1.1	1. 熟悉 Revit Structure 界面 2. 标高轴网创建	1. 别墅工程的标高、轴网建立； 2. 是否独立完成； 3. 建模员考试真题。
2	9	2	结构模型创建流程	模型的创建流程	1.2	熟悉结构建模的创建流程	1. 考核结构模型的流程；
3	9	2	创建独立基础、基础垫层	1. 能够建立独立基础的信息模型 2. 能够建立条形基础的信息模型 3. 能够建立筏板	1.3	1. 独立基础的类型参数设置 2. 条形基础的建模步骤 3. 筏板基础的建	1. 考核独立基础的建立；

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	考核内容与方法
				基础的信息模型 4、能够建立桩基础的信息建模		模思路	2. 建模员考试真题。
4	9	2	创建结构柱、梯柱、构造柱	1、能够对结构柱进行信息建模 2、能够对梯柱进行信息建模 3、能够对构造柱进行信息建模	1.4	1、结构柱的建模步骤 2、梯柱的建模步骤 3、构造柱的建模步骤	1. 考核结构柱的建立； 2. 建模员考试真题。
5	10	2	创建结构梁、梯梁	1、能够对结构梁进行信息建模 2、能够对梯梁进行信息建模	1.5	1、结构梁的建模步骤 2、梯梁的建模步骤	1. 考核结构梁的建立； 2. 建模员考试真题。
6	10	2	模型浏览	1、能够对建筑模型进行平面图的浏览 2、能够对模型进行立面图的浏览 3、能够对模型进行三维浏览	1.6	1、视图样式 2、日光路径 3、图形阴影 4、模型浏览	1. 考核模型浏览； 2. 建模员考试真题。
7	10	2	漫游动画	能够进行结构模型的漫游	1.7	1、漫游路径的设置 2、漫游帧数的设置	1. 考核漫游动画的创建； 2. 建模员考试

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				考核内容与方法
			单元标题	能力目标	能力训练项目编号	知识目标	
							真题。
8	10	2	图片渲染	能够进行结构模型的渲染	1.8	1、光线控制 2、revit 相机的设置 3、revit 图片的渲染	1. 考核图片渲染的创建; 2. 建模员考试真题。
9	11	4	材料统计出施工图	1、能够进行混凝土数量的统计 2、能够进行钢筋的统计 3、能够进行施工图的修改及输出	1.9	1、混凝土明细表的统计 2、钢筋明细表的统计 3、施工图的设置	1. 考核混凝土及钢筋明细表的创建; 2. 建模员考试真题。
10	11	4	BIM 5D 应用	1、广联达 BIM 的基本图元绘制 2、广联达 BIM 工程造价应用	2	1、广联达 BIM 基本图元绘制方法 2、广联达 BIM 应用绘制步骤	广联达 BIM 应用
11	12	8	BIM应用实战模拟	在规定的时间内能够独立完成往届结构建模真题	3	Revit Structures 操作要领	考核学生提交完成的成果

(四) 第一次课设计梗概。(共 80 分钟)

1. 教师自我介绍、学生第一次点名, 相互认识。(5 分钟)

结果考核	期末考试	完成建模题目	考试	40
总计				100

（一）教学过程评价

1. 改革传统的学生评价手段和方法，注重学生的职业能力考核，采用阶段评价、目标评价、理论与实践一体化评价模式。

2. 关注评价的多元性。结合课堂操作、学生作业、技能竞赛及考试情况综合评价学生的成绩。

3. 应注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核。对在学习和应用上有创新的学生给予积极引导和特别鼓励，综合评价学生能力，发展学生心智。

六、教材的选用

推荐教材

《BIM 建模基础与应用》；出版社：化学工业出版社；主编：朱溢镭

参考资料

《BIM 结构设计方法与应用》；出版社：中国建筑工业出版社；出版日期：2016 年 7 月 焦柯主编

《柏慕 revit 基础教程—结构篇》；出版社：中国水利水电出版社；黄亚斌主编

BIM 二级考证（结构）试题历年真题

七、主要教学资源要求

（一）教师要求

以中青年教师为骨干，最好具备 BIM 项目经验，对 BIM 有正确的认识；形成良好的工作团队。教师专业由工程管理方向、土木工程方向、计算机方向构成；师资结构科学；课程有针对性。

（二）学习场地、设施要求

配有多个 bim 机房

(三) 课程资源的开发与利用

《BIM 技术集成及 5D 应用》重点在操作，在授课过程中，我们采用软件演示操作过程并讲解，同时把操作过程通过屏幕录像工具录制下来，形成一套完整的电子可视化教案，学生课后可以拷贝回去，随时观看录像自学，让教学过程重现，学生也可以通过课程的网络在线公开课中提供的教学资料进行学习。

编辑：桂慧龙

《BIM 技术集成及 5D 应用》授课计划表

2018/2019 学年第 一 学期

任课教师	桂慧龙				任教课程	BIM 技术集成及 5D 应用							
任课班级					采用教材							参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社					
工程创优科研班					BIM 建模基础与应用			主编：朱溢镭 化学工业出版社			BIM 应用教程 revit2016 作者：高华		
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配								课程考核方式设想： 过程考核和结果考核，结果考核主要指期末提交成果
					总课时	其 中							
						课堂讲授	课堂作业	实习实训	单元测验	参观见习	其他安排	机动	
32	0	32	8	4	32	16	0	16	0	0	0	0	
<p>本课程教学目标和教学设想：</p> <p>课程教学目标以“懂”与“会”、“学”与“做”、“知识”与“能力”的跟进关系为主线，主要设计了以下目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握结构建模的基本知识，熟悉模型的应用，熟悉 revit 与其他软件对接的基本操作。为以后工作 revit 的应用打下基础。 2. 通过课堂讲授对结构模型设计包括独立基础、基础垫层、结构柱、构造柱、梯柱、结构梁、梯梁、结构板的搭建；revit 模型后期应用包括漫游动画、图片渲染、材料统计、出施工图等。 													

3. 通过实务、案例，模拟结构模型创建，培养学生发现、分析和解决问题的能力，为以后的实践工作打下基础。

教学设想如下：

1. 根据 BIM 建模的实际工作过程设计课程教学内容，如图纸阅读——结构建模——后期应用——其他软件对接。

2. 该课程采用“知识+实例+实践”的教学模式，打破传统单一的知识传授教学模式。在能力本位的课程体系构架下，课程教学方法由传统的归纳、分析、综合等方法向项目教学法、案例教学法、角色扮演教学法、现场教学法等模式转换，教学场所由传统的单功能专业教室（即描述性、报告性的理论课堂），向多功能一体化的实训场所（即集理论教学、小组讨论、实验和实际操作的教学地点）转换。教师和学生讲讲做做，做做讲讲，边学边做，实现“教学做合一”教学模式。

3. 结合 BIM 工程师岗位任职要求，在分析典型工作的基础上，实现模块化教学、模块化考核。本课程包括结构建模、漫游动画、材料统计、出施工图、与广联达算量软件对接等教学模块。

4. 课程内容的设计考虑“工作”和“学习”高度融合，形成一个有机整体，即工学结合。使学生不仅为了学习而学习，而是为了工作、为了培养素质和能力而学习。

5. 课程教学与 BIM 二级考试及 BIM 工程师职业能力考试内容相结合，实现教学考证一体化、教学岗位一体化。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

2018/2019 学年第 一 学期

周次 (待定)	教学内容	课时分配	教学活动安排	说明(教材章节)
1	结构图纸阅读	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 3 章； 3.1 3.2
2	结构模型创建流程	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 3 章； 3.3

3	创建独立基础、基础垫层	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 3 章；3.4 3.5
4	创建结构柱、梯柱、构造柱	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 3 章；3.6 3.7 3.8
5	创建结构梁、梯梁	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 3 章；3.9 3.10
6	模型浏览	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 5 章；5.1
7	漫游动画	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 5 章；5.2
8	图片渲染	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 5 章；5.3
9	材料统计	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 5 章；5.4
10	出施工图	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 5 章；5.5
11	Revit 与广联达算量软件对接	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 6 章；6.3
12	Revit 与广联达 BIM 5D 软件对接	2	讲授、演示、学生实操 教师指导	第 6 章；6.4
13	模拟实训概述、思路概述、前期准备	2	学生实操教师指导	第 7 章；7.1 7.2 7.3
14	结构模型搭建	2	学生实操教师指导	第 7 章；7.4
15	建筑模型搭建	2	学生实操教师指导	第 7 章；7.5
16	模型后期应用	2	学生实操教师指导	第 7 章；7.6

系负责人：魏爱敏 教研室主任：方金刚 任课教师：桂慧龙

（五）第二期财务经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《创业融资》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《全面成本管理》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《真账实操培训》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《初创企业税收筹划》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《财务法律必备与合同审核》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

（六）第三期物流经理人班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《创业融资》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《物流企业管理与技能训练》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《物流经理人素养与技能训练》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《物流供应链管理》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《物流战略管理与技能训练》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

（七）首期网络视频策划与直播班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《创业融资》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《微剧本策划与撰写》课程

一、课程基本信息

课程名称：微剧本策划与撰写	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用班级：网络视频策划与直播创业先锋班	编制人：鲍英英
审核人：	修订时间：2018年1月9日

二、课程目标

通过本课程的学习，学生能够了解国内外影视剧作的基本趋势与最新动态，具备声音、画面造型和叙事相结合的剧本构造能力，进行不同风格与题材的微剧本策划与撰写，培养学生独立思考视频节目策划能力。课程主要内容有：剧本的声画语言、叙事处理、蒙太奇思维和时空处理，分镜头脚本撰写，包括人物形象、场景描写，情节设置、动作展现等。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1. 能力目标：

- （1）能根据传播需求进行微剧本策划；
- （2）能根据要求进行情节构思，并用视听语言呈现；
- （3）能根据需求用蒙太奇手法进行时空处理；

- (4) 能够熟练进行分镜头脚本撰写；
 (5) 能够根据制作人员要求对剧本进行必要的修订完善

2. 知识目标:

- (1) 了解国内外影视剧作的基本趋势与最新动态；
 (2) 掌握声音、画面造型和叙事相结合的剧本创作要点；
 (3) 掌握蒙太奇思维和时空处理的方式方法；
 (4) 掌握分镜头脚本的构成要素及撰写注意事项
 (5) 了解视听语言和文字描述的对应关系及其差异

3. 素质目标:

- (1) 培养学生良好的信息搜集整理、视听语言应用表达能力；
 (2) 培养学生良好的互助协作能力，提升职场竞争力；
 (3) 养成发现并应用新技术进行推广的学习习惯；
 (4) 养成敢于表达、善于观察、主动交流的工作习惯。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计

序号	模块名称	项目	学时
1	剧本策划基础	剧本与影视制作	4
		视听语言认知	4
		优秀剧本赏析	4
		蒙太奇思维及应用	4
2	微剧本写作训练	讲故事训练	4
		文学剧本写作	4
		分镜头脚本撰写修订	8
合 计			32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式手段及步骤	结果（可展示）

1.1	剧本与影视制作	4	①能根据传播需求进行微剧本策划； ②能根据要求进行情节构思，并用视听语言呈现； ③能根据需求用蒙太奇手法进行时空处理；	①了解国内外影视剧作的基本趋势与最新动态； ②掌握声音、画面造型和叙事相结合的剧本创作要点； ③掌握蒙太奇思维和时空处理的方式方法；	①课程项目任务、考核方式说明； ②学生分组，讲述对影视制作及剧本写作的认知；	①项目小组合作成立
1.2	视听语言认知	4			①引入经典案例，引导学生小组分析视听语言的特征，并进行归纳总结 ②每个小组结合所学搜集优秀影视剧本片段，并制作路演PPT。	
1.3	优秀剧本赏析	4			①学生将选出的优秀剧本在课堂上进行展示分析 ②其他学生点评，教师点评并作小结	优秀剧本路演PPT
1.4	蒙太奇思维及应用	4			结合学生选出的剧本及经典作品讲解蒙太奇手法及其应用，引导学生了解蒙太奇思维，并进行简单的应用； 留下课后作业，请同学们找出可以用于剧本创作的主题及素材	剧本主题及创意说明
2.1	讲故事训练	4	①能够熟练进行文学剧本写作和分镜头脚本撰写； ②能够根据制作人员要求对剧本进行必要的修订完善	①掌握文学剧本和分镜头脚本的构成要素及撰写注意事项 ②了解视听语言和文字描述的对应关系及其差异	①让学生自选主题进行讲故事联系，引导其他学生分析故事的悬念、人物、情节等等； ②每个同学根据老师和学生的点评对故事进行修订完善，写出故事大纲，并根据老师讲解的方法进行文学剧本写作； ③每个小组选出优秀的文学剧本，结合对视听语言的掌握，小组合作进行分镜头脚本撰写并修订	文学剧本、分镜头脚本
2.2	文学剧本写作	4				
2.3	分镜头脚本撰写修订	8				

（三）第一次课设计梗概

1. 大概讲授影视剧本的发展历程及在影视制作中的地位，激发学生的学习兴趣（20分钟）
2. 课程介绍、项目任务及考核方式说明（30分钟）
3. 国内外影视剧作的基本趋势（30分钟）；
4. 结合经典的影视剧本，教师讲解剧本的构成及创作注意事项（30分钟）

5. 学生自由组建学习小组，挑选经典的影视剧本进行路演 PPT 制作（40 分钟）；

6. 课堂小结（10 分钟）。

四、教学组织形式

课程采用班级授课开展教学。学生分组合作学习。课程按照“行动引导教学法”的理念展开，将教学内容模块化并制定相应能力目标及可检验结果。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核内容	考核方法	分数
过程考核	个人任务	到课情况	考勤记录	10
		课堂表现	答题记录	10
		剧本主题及创意说明	师生评价	20
		文学剧本一则	师生评价	20
	小组任务	优秀剧本赏析路演	师生评价	20
		分镜头脚本	教师评价	20
合 计				

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

推荐教材

1. 桂青山. 影视剧本创作教程. 北京师范大学出版社. 2016 年版

教学参考资料

1. 刘东明. 影视制作基础. 中国出版集团现代出版社, 2016 年版.

2. D. B. 吉勒斯 著. 剧本创作与营销策略(第 2 版):人民邮电出版社, 2014 年版.

3. Rob Tobin. 好剧本如何讲故事. 中国人民大学出版社, 2015 年版

（二）教师要求

具备高校教师资格、专业对口、熟悉高职教育模式的教师。

(三) 学习场地、设施要求

多媒体教室、实训室

(四) 课程资源的开发与利用

1. 多媒体课件 制作与课程设计配套的多媒体课件；
2. 文档材料 制作课程标准、单元设计、课程题库；
3. 音像材料 收集影视剧本创作方面的教学视频资料、教学图片。

《微剧本策划与撰写》授 课 计 划 表

2017/ 2018 学年第 二 学期

任课教师	鲍英英				任教课程	微剧本策划与撰写						
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
网络视频策划与直播创业先锋班					影视剧本创作教程 (第四版)			桂青山 北京师范大学出版社		剧本创作与营销策略(第2版), D. B. 吉勒斯		
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想: 考查(项目考核) 根据项目完成情况进行综合评分	
					总课时	其 中						机 动
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排		
32	0	32	16	2	32	12		20				
本课程教学目标: <ol style="list-style-type: none"> 1. 能力目标: <ol style="list-style-type: none"> (1) 能根据传播需求进行微剧本策划; (2) 能根据要求进行情节构思, 并用视听语言呈现; (6) 能根据需求用蒙太奇手法进行时空处理; (7) 能够熟练进行分镜头脚本撰写; (8) 能够根据制作人员要求对剧本进行必要的修订完善 2. 知识目标: <ol style="list-style-type: none"> (1) 了解国内外影视剧作的基本趋势与最新动态; (2) 掌握声音、画面造型和叙事相结合的剧本创作要点; 												

- (3) 掌握蒙太奇思维和时空处理的方式方法；
 (4) 掌握分镜头脚本的构成要素及撰写注意事项
 (5) 了解视听语言和文字描述的对应关系及其差异

3. 素质目标:

- (1) 培养学生良好的信息搜集整理、视听语言应用表达能力；
 (2) 培养学生良好的互助协作能力，提升职场竞争力；
 (3) 养成发现并应用新技术进行推广的学习习惯；
 (4) 养成敢于表达、善于观察、主动交流的工作习惯。

课程考核方式和考核标准

考核项目		考核内容	考核方法	分数
过程考核	个人任务	到课情况	考勤记录	10
		课堂表现	答题记录	10
		剧本主题及创意说明	师生评价	20
		文学剧本一则	师生评价	20
	小组任务	优秀剧本赏析路演	师生评价	20
		分镜头脚本	教师评价	20
合 计				100

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划。

课程教学进度表

教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
	讲授	实验	实训	实习		
剧本与影视制作	2		2		组建小组讨论	项目小组合作成立
视听语言认知	2		2		讲练结合	
优秀剧本赏析	2		2		讲练结合	优秀剧本路演 PPT

蒙太奇思维及应用	2		2		讲练结合，	剧本主题及创意说明
讲故事训练			4		课堂故事会	文学剧本、分镜头脚本
文学剧本写作	2		2			
分镜头脚本撰写 修订	2		6			
合计	12		20			

系负责人：鲁言

教研室主任：鲍英英

任课教师：鲍英英

《网络视频直播艺术》课程

一、课程基本信息

课程名称：网络视频直播艺术

学 分：2

课程代码：

学 时：32

适用专业：网络视频策划与直播创业先锋班

编制人：赵文浩

审核人： 鲍英英

修订时间：2018 年 1

月 14 日

二、课程性质

《网络视频直播艺术》从直播的不同维度出发，阐述直播的概念、内涵。手把手教你从零开始做主播！培养学生拥有策划、脚本、互动方式、采访等整个直播的前后端能力。课程定位为学校公选课。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1. 能力目标：

- （1）能根据客户要求能够进行不同风格的直播

- (2) 能策划一档商业直播；
 (9) 能够正确调试直播设备；

2. 知识目标：

- (1) 掌握直播策划文案撰写能力；
 (2) 掌握直播粉丝互动技巧；

3. 素质目标：

- (1) 培养学生采访中主播要注重互动，增强受众参与感；
 (2) 培养学生根据准备的直播主线，通过话题引导和直播进程呼应，以求后继引爆社交平台的话题讨论；
 (3) 培养学生的直播发散性思维；
 (4) 培养学生拥有团队意识；
 (5) 培养学生大胆创新、善于观察、主动交流的工作习惯。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计

序号	模块名称	项目	学时
1	触电平台介绍	行业背景、直播未来	2
		如何开启触电直播	2
		直播内容规范指引	2
2	商业直播知识	文案编写技巧	6
		团队协调	6
		合作模式	6
		商业直播模式	8
合 计			32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式手段及步骤	结果（可展示）

1.1	触电平台介绍	6	能够正确使用触电号进行直播	1、触电直播开播指引 2、开启直播流程介绍	1、注册一个触电号 2、清楚了解规范指引、并能够运用到实践	进行一次规范的直播
2.1	直播策划技巧	8	能够进行商业直播	1、如何起标题 2、如何利用重大事件吸引力 3、如何做好策划 4、如何进行粉丝互动	1、在触电平台上进行大量直播训练 2、每次直播需要撰写策划文案 3、利用硬指标检查直播成果	进行多次具备创意的直播
2.2	直播现场采访	8				
2.3	直播互动技巧	10				

（三）第一次课设计梗概

1. 展示优秀直播案例, 激发学生的学习兴趣 (10 分钟)
2. 课程介绍、项目任务及考核方式说明 (15 分钟)
3. 资料收集归纳的重要性以及信息搜集方法与技巧 (20 分钟);
4. 学生自由组建直播团队, 对自身直播内容进行规限 (40 分钟);
6. 进行直播示范 (35 分钟);

四、教学组织形式

课程采用班级授课开展教学。学生分组合作学习。课程按照“行动引导教学法”的理念展开, 将教学内容模块化并制定相应能力目标及可检验结果。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目	考核内容	考核方法	分数	评分比例%
过程考核	到课情况	考勤记录	10	60
	课堂表现	答题记录	10	
	直播策划 5 则	师生评价	20	
	直播实操 15 次	师生评价	20	
	小组任务	根据要求完成 3 次完整商业直播	师生评价	40
结果考核	联系一个企业进行一次商业直播	教师评价	100	40

合	计	100
---	---	-----

六、教材的选用

(一) 教材或讲义编写建议

(二) 教师要求

具备高校教师资格、专业对口、熟悉直播模式的实战型教师。

(三) 学习场地、设施要求

多媒体教室、实训室

(四) 课程资源的开发与利用

1. 多媒体课件 制作与课程设计配套的多媒体课件；
2. 文档材料 制作课程标准、单元设计、课程题库；
3. 音像材料 收集新闻采编方面的教学视频资料、教学图片。

《网络视频直播艺术》授课计划表

2017/ 2018 学年第 二 学期

任课教师	赵文浩				任教课程	网络视频直播艺术						
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
网络视频策划与直播创业先锋班					《点亮微主播》			于智凤, 人民邮电出版社			《网红经济学》, 张海龙	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想: 形成性考核占 60%; 终结性考核占 40%。	
					总课时	其 中						机 动
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排		
32	0	32	20	16	32	10		22				
本课程教学目标: <ol style="list-style-type: none"> 1. 能力目标: <ol style="list-style-type: none"> (1) 能根据客户要求能够进行不同风格的直播 (2) 能策划一档商业直播; 												

(10) 能够正确调试直播设备;

2. 知识目标:

(1) 掌握直播策划文案撰写能力;

(2) 掌握直播粉丝互动技巧;

3. 素质目标:

(1) 培养学生采访中主播要注重互动, 增强受众参与感;

(2) 培养学生根据准备的直播主线, 通过话题引导和直播进程呼应, 以求后继引爆社交平台的话题讨论;

(3) 培养学生的直播发散性思维;

(4) 培养学生拥有团队意识;

(5) 培养学生大胆创新、善于观察、主动交流的工作习惯。

课程考核方式和考核标准

考核项目		考核内容	考核方法	分数	评分比例%
过程考核	个人任务	到课情况	考勤记录	10	60%
		课堂表现	答题记录	10	
		直播策划 5 则	师生评价	20	
		直播实操 15 次	师生评价	20	
	小组任务	根据要求完成 3 次完整商业直播	学生评价	40	
结果考核	联系一个企业进行一次商业直播		教师评价	100	40%
合 计				200	100

备注: 相同的教材、进度(周课时)和相同的层次, 只编一个计划, 如有不同, 应另编计划。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	触电平台介绍	2		2		讲授互动; 组建小组讨论学生课堂讨论要点总结展示	进行一次规范的直播
1-2	直播策划技巧	3		3		讲练结合	

3-4	直播现场采访	2		6		讲练结合	
4-6	直播互动技巧	3		3		讲练结合	进行多次具备创意的直播
6-8	文案编写技巧	2		6		讲练结合	
总计		12	0	20	0		

系负责人：鲁岩

教研室主任：鲍英英

任课教师：赵文浩

《微电影创作实录》课程

一、课程基本信息

课程名称：微电影创作实录

学 分：2

课程代码：

学 时：32

适用专业：全校学生

编制人：李锦洪

审核人：

修订时间：2018年1月11日

二、课程性质

《微电影创作实录》课程目的是使学生掌握视频节目制作的基本理论和技能，学习微电影拍摄技巧，掌握微电影制作经验，从微电影的摄影、构图、节奏、大纲、叙事特色等角度给出具体的学习方法。影片分析课是学习电影、微电影创作，提高鉴赏水平和拓展创作思路的重要手段。同时培养学生挖掘热点信息，并能进行视频的再加工与传播的能力，使学生能够对热点有独立的思考与准确的判断，能够挖掘热点和话题点进行相关策划炒作。课程定位为学校公选课程。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1. 能力目标：

（1）能够根据要求进行微电影分镜头脚本的撰写；

- (2) 能够根据不同场景选择合适的拍摄方法、手段；
- (11) 能根据对拍摄素材进行分类整理；
- (12) 能够熟练进行音频、图像、动画、视频等多媒体处理；
- (5) 能够根据媒介平台特点，选择合适的视频表现形式发布传播信息。

2. 知识目标：

- (1) 掌握微电影的创作流程；
- (2) 掌握镜头语言、故事板；
- (3) 掌握拍摄手法、现场调度；
- (4) 了解微电影拍摄灯光注意事项；
- (5) 了解二维动画、剪辑技巧。

3. 素质目标：

- (1) 培养学生良好的影视鉴赏能力；
- (2) 培养学生良好的互助协作能力；
- (3) 养成发现并应用新技术进行推广的学习习惯；
- (4) 养成敢于表达、善于观察、主动交流的工作习惯。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计

序号	模块名称	项目	学时
1	微电影拍摄	经典微电影拉片分析	4
		视听语言理论讲解	6
		微电影拍摄技巧	8
2	影视后期制作	Flash 动画制作	6
		微电影剪辑	8
合 计			32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式手段及步骤	结果(可展示)
1.1	经典微电影拉片分析	4	①能够根据要求进行微电影分镜头脚本的撰写; ②能够根据不同场景选择合适的拍摄方法、手段; ③能根据对拍摄素材进行分类整理	①掌握微电影的创作流程; ②掌握镜头语言、故事板; ③掌握拍摄手法、现场调度,了解微电影拍摄灯光注意事项	①课程项目任务、考核方式说明; ②学生自由分组,挑选经典微电影案例进行拉片分析并展示;	①项目小组合作成立 ②微电影拉片分析PPT
1.2	视听语言理论讲解	6			①根据剧本形成分镜头脚本; ②每个小组进行展示,学生互评后进行修改完善。	
1.3	微电影拍摄技巧	8			①引导学生理解拍摄微电影要求、规范及特点; ②小组分工合作拍摄微电影;	一分钟视频
2.1	Flash动画制作	6	①能够熟练进行音频、图像、动画、视频等多媒体处理; ②能够根据媒介平台特点,选择合适的视频表现形式发布传播信息	①了解 flash 动画制作技巧; ②了解剪辑技巧	①整理视频素材,进行剪辑制作 ②Flash动画制作技巧讲解	flash 动画
2.2	微电影剪辑	8			10 分钟微电影	

(三) 第一次课设计梗概

1. 观影经典微电影,激发学生的学习兴趣(15分钟)
2. 课程介绍、项目任务、学生自由分组及考核方式说明(15分钟)
3. 拉片分析对提升影视鉴赏水平的重要性(30分钟);
4. 如何进行拉片分析(60分钟);
6. 进行微电影赏析PPT展示(40分钟);

四、教学组织形式

课程采用班级授课开展教学。学生分组合作学习。课程按照“行动引导教学法”的理念展开，将教学内容模块化并制定相应能力目标及可检验结果。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核内容	考核方法	分数	评分比例%
过程考核	个人任务	到课情况	考勤记录	10	80
		课堂表现	答题记录	10	
		拉片分析 PPT	师生评价	20	
		手机拍摄一分钟视频	师生评价	20	
	小组任务	10 分钟微电影拍摄	教师评价	40	
结果考核	10 分钟微电影成片		教师评价	100	20
合 计				200	100

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

推荐教材

1. 李宇宁. 微电影创作实录与教程. 清华大学出版社, 2015 年版

教学参考资料

1. 李宇宁. 微电影拉片实录与教程. 清华大学出版社, 2016 年版.

（二）教师要求

具备高校教师资格、专业对口、熟悉高职教育模式的教师。

（三）学习场地、设施要求

多媒体教室、实训室

（四）课程资源的开发与利用

1. 多媒体课件 制作与课程设计配套的多媒体课件；
2. 文档材料 制作课程标准、单元设计、课程题库；
3. 音像材料 收集微电影拍摄制作方面的教学视频资料、教学图片。

《微电影创作实录》授课计划表

2018/2019 学年第一 学期

任课教师	温广杰			任教课程	微电影创作实录							
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
网络视频策划与直播创业先锋班					微电影创作实录与教程			李宇宁 清华大学出版社			微电影拉片实录与教程, 李宇宁	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式 设想: 形成性考核占 80%; 终结性考核占 20%。
					总课时	其 中						
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排	机 动	
32	0	32	20	16	32	10		22				
<p>本课程教学目标:</p> <p>1. 能力目标:</p> <p>(1) 能够根据要求进行微电影分镜头脚本的撰写;</p> <p>(2) 能够根据不同场景选择合适的拍摄方法、手段;</p> <p>(13) 能根据对拍摄素材进行分类整理;</p> <p>(14) 能够熟练进行音频、图像、动画、视频等多媒体处理;</p> <p>(5) 能够根据媒介平台特点, 选择合适的视频表现形式发布传播信息。</p> <p>2. 知识目标:</p> <p>(1) 掌握微电影的创作流程;</p> <p>(2) 掌握镜头语言、故事板;</p> <p>(3) 掌握拍摄手法、现场调度;</p> <p>(4) 了解微电影拍摄灯光注意事项;</p> <p>(5) 了解二维动画、剪辑技巧。</p> <p>3. 素质目标:</p> <p>(1) 培养学生良好的影视鉴赏能力;</p> <p>(2) 培养学生良好的互助协作能力;</p> <p>(3) 养成发现并应用新技术进行推广的学习习惯;</p>												

(4) 养成敢于表达、善于观察、主动交流的工作习惯。

课程考核方式和考核标准

考核项目		考核内容	考核方法	分数	评分比例%
过程考核	个人任务	到课情况	考勤记录	10	60%
		课堂表现	答题记录	10	
		拉片分析 PPT	师生评价	20	
		手机拍摄一分钟视频	师生评价	20	
	小组任务	10 分钟微电影拍摄	学生评价	40	
结果考核	10 分钟微电影成片		教师评价	100	40%
合 计				200	100

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	经典微电影拉片分析	2		2		讲授互动；组建小组讨论学生课堂讨论要点总结展示	微电影拉片分析 PPT
1-2	视听语言理论讲解	3		3		讲练结合	视听语言分析
3-4	微电影拍摄技巧	2		6		讲练结合	一分钟视频
4-6	Flash 动画制作	3		3		讲练结合	
6-8	微电影拍摄剪辑	2		6		讲练结合	10 分钟微电影
总计		12	0	20	0		

系负责人：鲁岩

教研室主任：王婧

任课教师：温广杰

《网络直播营销操作》课程

一、课程基本信息

课程名称：网络直播营销操作	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用专业：人文学院网络新闻与传播、策划与传播专业	编制人：赵文浩
审核人：	修订时间：2018

年1月14日

二、课程性质

《网络直播营销操作》从直播的不同维度出发，阐述直播的概念、内涵。手把手教你从零开始做主播！培养学生拥有策划、脚本、互动方式、采访等整个直播的前后端能力。课程定位为学校公选课。

三、课程设计

（一）课程目标设计

1. 能力目标：

- （1）能根据客户要求能够进行不同风格的直播
- （2）能策划一档商业直播；
- （3）能够正确调试直播设备；

2. 知识目标：

- （1）掌握直播策划文案撰写能力；
- （2）掌握直播粉丝互动技巧；

3. 素质目标：

- （1）培养学生采访中主播要注重互动，增强受众参与感；
- （2）培养学生根据准备的直播主线，通过话题引导和直播进程呼应，以求后继引爆社交平台的话题讨论；
- （3）培养学生的直播发散性思维；

- (4) 培养学生拥有团队意识；
 (5) 培养学生大胆创新、善于观察、主动交流的工作习惯。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计

序号	模块名称	项目	学时
1	触电平台介绍	行业背景、直播未来	2
		如何开启触电直播	2
		直播内容规范指引	2
2	商业直播知识	文案编写技巧	6
		团队协调	6
		合作模式	6
		商业直播模式	8
合 计			32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式手段及步骤	结果（可展示）
1.1	触电平台介绍	6	能够正确使用触电号进行直播	3、触电直播开播指引 4、开启直播流程介绍	3、注册一个触电号 4、清楚了解规范指引、并能够运用到实践	进行一次规范的直播
2.1	直播策划技巧	8	能够进行商业直播	5、如何起标题 6、如何利用重大事件吸引力量	4、在触电平台上进行大量直播训练 5、每次直播需要撰写策划文案 6、利用硬指标检查直播成果	进行多次具备创意的直播
2.2	直播现场采访	8		7、如何做好策划		
2.3	直播互动技巧	10		8、如何进行粉丝互动		

（三）第一次课设计梗概

1. 展示优秀直播案例, 激发学生的学习兴趣 (10 分钟)
2. 课程介绍、项目任务及考核方式说明 (15 分钟)
3. 资料收集归纳的重要性以及信息搜集方法与技巧 (20 分钟);
4. 学生自由组建直播团队, 对自身直播内容进行规限 (40 分钟);
6. 进行直播示范 (35 分钟);

四、教学组织形式

课程采用班级授课开展教学。学生分组合作学习。课程按照“行动引导教学法”的理念展开, 将教学内容模块化并制定相应能力目标及可检验结果。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核内容	考核方法	分数	评分比例%
过程考核	个人任务	到课情况	考勤记录	10	60
		课堂表现	答题记录	10	
		直播策划 5 则	师生评价	20	
		直播实操 15 次	师生评价	20	
	小组任务	根据要求完成 3 次完整商业直播	师生评价	40	
结果考核	联系一个企业进行一次商业直播		教师评价	100	40
合 计					100

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

（二）教师要求

具备高校教师资格、专业对口、熟悉直播模式的实战型教师。

（三）学习场地、设施要求

多媒体教室、实训室

(四) 课程资源的开发与利用

1. 多媒体课件 制作与课程设计配套的多媒体课件；
2. 文档材料 制作课程标准、单元设计、课程题库；
3. 音像材料 收集新闻采编方面的教学视频资料、教学图片。

《网络直播营销操作》授 课 计 划 表

2018/ 2019 学年第 一 学期

任课教师	刘建光			任教课程	网络直播营销操作							
任课班级				采用教材					参考书名称与作者			
				名称		作者、出版社						
网络视频策划与直播班				《点亮微主播》		于智凤, 人民邮电出版社			《网红经济学》, 张海龙			
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本 学 期 教 学 周	本 课 程 周 课 时	本学期课时分配						课程考核方式设想: 形成性考核占 60%; 终结性考核占 40%。	
					总课时	其 中						机 动
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排		
32	0	32	20	16	32	10		22				
本课程教学目标: <ol style="list-style-type: none"> 1. 能力目标: <ol style="list-style-type: none"> (1) 能根据客户要求能够进行不同风格的直播 (2) 能策划一档商业直播; (15) 能够正确调试直播设备; 2. 知识目标: <ol style="list-style-type: none"> (1) 掌握直播策划文案撰写能力; (2) 掌握直播粉丝互动技巧; 3. 素质目标: <ol style="list-style-type: none"> (1) 培养学生采访中主播要注重互动, 增强受众参与感; (2) 培养学生根据准备的直播主线, 通过话题引导和直播进程呼应, 以求后继引爆社交平台的话题讨论; (3) 培养学生的直播发散性思维; 												

- (4) 培养学生拥有团队意识;
 (5) 培养学生大胆创新、善于观察、主动交流的工作习惯。

课程考核方式和考核标准

考核项目		考核内容	考核方法	分数	评分比例%
过程考核	个人任务	到课情况	考勤记录	10	60%
		课堂表现	答题记录	10	
		直播策划 5 则	师生评价	20	
		直播实操 15 次	师生评价	20	
	小组任务	根据要求完成 3 次完整商业直播	学生评价	40	
结果考核	联系一个企业进行一次商业直播		教师评价	100	40%
合 计				200	100

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	触电平台介绍	2		2		讲授互动；组建小组讨论学生课堂讨论要点总结展示	进行一次规范的直播
1-2	直播策划技巧	3		3		讲练结合	
3-4	直播现场采访	2		6		讲练结合	
4-6	直播互动技巧	3		3		讲练结合	进行多次具备创意的直播
6-8	文案编写技巧	2		6		讲练结合	
总计		12	0	20	0		

系负责人：鲁岩

教研室主任：王婧

任课教师：刘建光

（八）首期电商营销班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《创业融资》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《电商平台营销推广》课程

一、课程基本信息

课程名称：电商平台营销推广	学 分：2
课程代码：	学 时：32
适用专业：国际经济与贸易等其他经贸类专业	
编制人：夏季	编制时间：2018年1月10日

二、课程性质

本课程是国际贸易专业的主干课程之一，同时也是本专业其它专业课程的基础课程，主要研究和介绍电子商务营销推广的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用。学习本课程要求学生熟悉计算机基本操作、计算机网络技术、数据库技术、管理学及市场营销学的基本原理。同时，只有在掌握了本课程的基本原理的基础上，学生才能准确地理解和把握网络营销、电子支付等其它课程的基本内容。为学习其他专业管理课程打下良好的基础，同时，更应注重学生实际操作能力的培养和锻炼，为以后工作做好准备。

三、教学目标

（一）总体目标

根据本课程面对的工作任务和职业能力要求，教给学生电子商务平台运营与营销的相关知识，通过相关的实践和课内训练，使学生认识电商营销推广业务的

操作流程,达到能够为网上商店进行营销推广提升店铺销售的目的。

(二) 具体目标:

能力目标:

通过完成电子商务各种营销方式及渠道的认识与典型案例、电子商务营销推广、软文推广、论坛推广、百度推广、问答推广、微信营销、微博营销、事件营销综合实训 8 个项目的学习,努力使学生达到以下初步能力:

1. 能够辨别网络营销与传统营销的区别
2. 能掌握软文写作注意事项及操作
3. 能够解论坛营销的特点及操作方法
4. 能够掌握百度推广的目的、效果分析及后续优化
5. 能够掌握问答营销推广
6. 掌握微信公众号运营技巧
7. 掌握微博营销技巧
8. 掌握事件技巧

知识目标:

1. 了解了解电子商务网络营销相关概念
2. 了解软文营销的特点、策略
3. 了解论坛营销的特点及操作方法
4. 了解百度营销的特点和三大方式
5. 了解问答营销的方法和技巧
6. 了解微信营销模式
7. 了解微博营销模式及作用
8. 了解事件营销和特点

素质目标:

- 1、具有获取和利用信息的能力;
- 2、具有逻辑思维能力;具有良好的动手能力以及实操能力;
- 3、具有独立学习、获取新知识和新技能的能力;
- 4、具有良好的学习方法和良好的学习习惯;培养学生的自学能力、独立工作能力;

- 5、具有发现问题、分析问题和解决问题能力；
- 6、具有团队管理能力、人力资源管理能力；培养学生的团队协作精神；
- 7、培养并提高学生的职业能力（观察、分析和解决问题的能力，自我展现的能力）。
- 8、具有创新能力和环境适应能力；
- 9、具有一定的自学能力和职业迁移的智能基础以及持续发展的潜在能力；
- 10、具有较好的品德修养、人际沟通以及解决电子商务实际问题的基本能力。

四、教学内容

（一）内容模块（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	模块（或子模块）名称		学时
1	基础认知	模块一 电子商务营销推广导入	2
2	营销推广模式	模块二 软文推广	4
		模块三 论坛推广	4
		模块四 百度推广	4
		模块五 问答推广	2
		模块六 微信营销	4
		模块七 微博营销	4
3	复习	模块八 事件营销	4
		期末复习	4
合 计			32

（二）教学项目

项目 名称	工作任 务	学时 安排	能力目标	知识目标	教学方法 建议	项目成果 (可展示)

1. 基础知	电子商务推广导入	2		能够辨别网络营销与网传区别	1. 了解电子商务网络营销相关概念 2. 认知网络营销推广的重要性	讲授, 分组讨论, 总结	上网收集、了解电商比较有影响力的营销事件
2. 营销推广式	2.1 软文推广	2	2	掌握软文写作注意事项及操作	1. 了解软文营销推广 2. 了解软文营销的特点、策略	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	完成 1 个产品的软文撰写
	2.2 论坛推广	2	2	掌握论坛营销的操作方法	1. 了解论坛营销推广 2. 了解论坛营销推广特点、效果分析	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	在产品相关行业论坛完成注册、并进行发帖互动, 推广店铺及产品。
	2.3 百度推广	2	2	掌握百度推广的目的、效果分析及后续优化 掌握百度推广成本运算	1. 了解百度营销推广 2. 了解百度营销的特点和三大方式	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	案例分析
	2.4 问答推广	1	1	掌握问答推广的技巧及发布流程	1. 了解问答营销推广 2. 了解问答营销的方法和技巧	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	在百度完成相关产品的问答营销任务, 增加产品曝光率
	2.5 微信营销	2	2	掌握微信公众号运营技巧	1. 了解微信营销推广 2. 了解微信营销模式	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	以小组为单位创立相关产品微信公众号, 并通过发布软文运营公众号, 进行产品推广。
	2.6 微博营销	2	2	掌握微博营销技巧 区别微博营	1. 了解微博营销推广 2. 了解微博	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	以小组为单位创立相关产品微博公众号, 并通过发布微博运营公众

				销与微信营销的优劣势	营销模式及作用		号, 进行产品推广。
	2.7 事件营销	2	2	掌握事件技巧	1. 了解事件营销推广 2. 了解事件营销和特点		
3. 期末总复习	期末考核		4	小组作品展示	对全书知识梳理复习	讲授, 讨论, 答疑总结	各小组进行产品事件营销作品展示并总结本学期课程学习收获。

五、教学组织形式

1. 理论教授: 教师教授电子商务营销推广基本知识, 策略技巧, 并通过双语教学方法使学生更好熟悉英文环境下电商平台操作和基本的对外贸易知识;
2. 策略技巧模拟: 任课教师负责设计《实训指导书》指导和组织学生实施分组演练; 对学生演示进行点评、打分, 最后得出考核成绩;
3. 真实演练: 最后组织学生小组进行选择商品销售, 依据出单率进行评分。

六、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
过程考核 (50%)	学习态度	认真听讲, 积极参与活动	课堂纪律; 参与度	教师登记	10%
	上课考勤	满勤	到课次数	学生和教师分别登记	10%
	课后作业	作业认真程度	作业	教师登记	10%
	分项实训	课堂实训完成实训指标	岗位任务	实训演示	20%
结果考核 (50%)	实操	产品发布	模拟软件平台得分检测	教师登记	20%
		期末考试	期末分数	教师登记	30%
合计					100

七、教材的选用

(一) 推荐教材

谭贤主编《新网络营销》，人民邮电出版社，ISBN：9787115402875

；2015 年 11 月

（二）教学参考资料

1. 陈勋主编的《网络营销与实训》。化学工业出版社，2009. 3.
2. 陈拥军, 孟晓明主编的《电子商务与网络营销》。电子工业出版社，2008. 6
3. 咎辉.《网络营销实战密码——策略. 技巧. 案例》。电子工业出版，2009. 2.

八、主要教学资源要求

（一）教师要求

高等学校教师资格证、助教或相当于助教以上职称、英语口语流利、最好有进出口跨境电商工作经验。

（二）学习场地、设施要求

电商实训中心，有电脑、投影大屏幕和广播设备

（三）课程资源的开发与利用

1. 开发电子商务实验教程、教师指导用书、教学课件等课程资源，以方便学生学习和教师教学，实现各分院资源共享。

《电商平台营销推广》授课计划表

2017-2018 学年第 2 学期

任课教师	夏季				任教课程	电商平台营销推广			
任课班级					采用教材				参考书名称与作者
					名称		作者、出版社		
电商营销先锋班					《新网络营销》		谭贤 人民邮电出版社		《营销新手入门指南》邱庆剑
本课程总	已授学时	尚余学时	本学	本课	本学期课时分配				课程考核方式设想：
					总	其中			

学时			期 教 学 周	程 周 课 时	课 时	课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排	机 动	50 %过程考核成绩, 50 %结果过核成绩。
32	0	32			32	15		17				

7、本课程教学目标:

通过本课程的学习,使学生在掌握电子商务营销推广的基本知识,掌握电子商务的营销渠道和营销推广方法等知识,对电子商务营销有整体认知结合实训练习,具有一定的职业素养和能力,团队间形成合作意识,具备提出具体问题和解决问题的能力。

8、课程考核方式和考核标准:

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	学习态度	能够正确回答课堂提问	积极发言并正确回答,每次1分	10%
	上课考勤	按时到课	旷课一次扣3分,迟到一次扣2分	10%
	课后口语练习作业及实训任务	每周提交朗读音频;完成任务的及时性 实训结果的正确性 表达观点的思辩性	口语朗读音频; 实训结果	30%
结果考核	综合实训	格式规范 结果正确 表述准确	实训结果	50%
合 计				100

备注:①相同的教材、进度(周课时)和相同的层次,只编一个计划,如有不同,应另编计划;②课程考核方式和考核标准表中用不上的项目请空着,不要删除;③课程考核方式设想、教学用具、课程考核方式和考核标准中内容和数据均可从本课程课程标准中获取。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实训	实习	实验		

1	电子商务推广导入	2				了解电子商务网络营销相关概念 1. 能够辨别网络营销与传统营销的区别 2. 认知网络营销推广的重要性	上网收集、了解电商比较有影响力的营销事件
2	软文推广	2	2			了解软文营销推广 1. 了解软文营销的特点、策略 2. 掌握软文写作注意事项及操作	完成 1 个产品的软文撰写
3	论坛推广	2	2			了解论坛营销推广 1. 了解论坛营销的特点及操作方法	在产品相关行业论坛完成注册、并进行发帖互动，推广店铺及产品。
4	百度推广	2	2			了解百度营销推广 1. 了解百度营销的特点和三大方式 2. 掌握百度推广的目的、效果分析及后续优化 3. 掌握百度推广成本运算	完成案例分析
5	问答推广	1	1			了解问答营销推广 1. 了解问答营销的方法和技巧	在百度完成相关产品的问答营销任务，增加产品曝光率
6	微信营销	2	2			了解微信营销推广 1. 了解微信营销模式 2. 掌握微信公众号运营技巧	以小组为单位创立相关产品微信公众号，并通过发布软文运营公众号，进行产品推广。
7	微博营销	2	2			了解微博营销推广 1. 了解微博营销模式及作用 2. 掌握微博营销技巧 3. 区别微博营销与微信营销的优劣势	以小组为单位创立相关产品微博公众号，并通过发布微博运营公众号，进行产品推广。
8	事件营销	2	2			了解事件营销推广 1. 了解事件营销和特点 2. 掌握事件技巧	策划相关产品的事件营销

8	期 末 考 查		4			各小组进行产品事件营销作品展示并总结本学期课程学习收获。	
	合计	15	17				

备注：“教学内容”中所含能力训练项目、“课时分配”、“能力目标”、“训练方式及步骤”均需大致与本课程的课程标准中“教学进度设计”表内的进度、学时数及内容相一致。

系负责人：

教研室主任：

任课教师：夏季

《商务礼仪与沟通技巧》课程

一、课程基本信息

课程名称：商务礼仪与沟通技巧

学 分：2

课程代码：

学 时：32

先修课程：社交口才

后续课程：商务谈判

适用专业：专业不限

编 制 人：钟飞燕

审 核 人：李霜

制订时间：2018 年 2 月

二、课程性质

本课程旨在通过课程学习使学生能够全面掌握商务活动中的各种日常礼仪，达到日常商务场合的礼仪要求，以提高学生的礼仪修养和商务礼仪运用能力，使学生步入社会后能表现出良好的精神风貌和礼仪行为，能够较为自然地娴熟地进行商务交往，塑造良好的个人职业形象，并逐步形成良好的气质、风度和涵养，体现较高的综合素质，同时增强其适应社会和

职业变化的能力。并通过课程学习使学生掌握与上司沟通、水平沟通、与下属沟通的方法与

技巧，提高学生的商务沟通能力与交际能力，有助于培养学生高尚的职业素养与职业操守，

提高办事效率与执行力。

三、课程设计

(一) 课程目标设计

1、能力目标：

总体目标：通过系统地介绍职业礼仪的特点、要点、规范，让学生了解商务礼仪的内涵，

提高礼仪水准；培养学生养成良好的职业习惯。

具体目标：

(1) 能够在商务活动中根据不同场合，进行合理的形象设计，并做到举止规范、体态优

雅。

(2) 能够在求职过程中做好准备工作，能够撰写符合应聘岗位要求的求职信、制作简历，有技巧的拨打求职电话、面试和笔试。

(3) 能够根据不同场合不同对象巧妙的与上级、平级和下级进行沟通交谈，并善用语言的交际艺术和交际礼仪进行面对面交谈，电话沟通等

(4) 教材处理及教学安排：根据课程能力目标要求，对教材的处理，删减叙述性章节部分，增加实操性内容介绍。根据教材处理情况告知学生课时安排情况，让学生做到心中有数。(5 分钟)

(5) 介绍课程资源：对教材、参考书、补充资料、网站作简单介绍，指定参考书目，发放补充资料。(5 分钟)

(6) 考核要求：学生应明确的本课程考核标准，过程考核占 50%，结果考核占 50%。(5 分钟)

(7) 导入礼仪与商务礼仪的区别，讲解商务礼仪的内涵及基本原则。(10 分

钟)

(8) 形象设计的基本原则, 区分正确和错误的仪容和举止礼仪。(30 分钟)

(9) 进行本次课程小结。(5 分钟)

四、教学组织形式

整个课程全部采用小班教学。理论和实训紧密结合, 交叉进行。在教学中主要运用案列

教学法和情景模拟法进行模块化教学。首先由教师根据课程内容讲解基本理论, 分解动作要

领, 随机设置条件演练和分组提问讨论, 然后通过教师示范, 学生模拟的方式来加强学生的

礼仪训练。课堂采用以学生为主体, 教师为主导的方式进行多媒体教学, 目的是通过课堂学

习提高学生的商务礼仪的实践技能。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
过程考核	课堂表现	学习积极性与 主动性	回答问题 课堂参与	提问 观察	20%
	上课考勤	到课率	是否到课	点名	20%
	情景模拟与 演练	表演是的到位	情景模拟	观察 点评	10%
结果考核	期末考核	考核结果展示	礼仪运用	考查	50%
合 计					100

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

教材应选用内容新颖,语言简洁流畅,并配有例证和实训的职业培训类教材。

讲义编写应该以案例着手,最好是有校企合作编写的教材为基础,然后选择典型的案例引导学生进入实操训练情境。每节课都应该充分激发学生学习的积极性。

（二）推荐教材

徐辉. 现代商务礼仪. 清华大学出版社. 2014 年 10 月。

（三）教学参考资料

肖丽珍. 商务礼仪. 中国铁道出版社

[M]. 2012. 08 月覃常员. 商务礼仪. 暨

南大学出版社[M]. 2010. 03

何浩然, 杨丹妮. 中外礼仪[M]. 东北财经大学出版社. 2006

徐小贞. 国际商务交际(附光盘)[M]. 高等教

育出版社. 2007 形象设计与求职礼仪大赛(视频

资料)金正昆商务礼仪全集视频资料

名家论坛: 商务谈判中的礼仪和风度(视频资料)

七、主要教学资源要求

（一）教师要求

具备国际商务专业大学本科以上学历,同时具有中级以上职称,经过业界相关培训是该门课程教师所必须具备的培训经历要求。

学习场地、设施要求:多媒体教室,可以放 ppt、视频和音频;礼仪教室旁边最好设模拟接待室或谈判室。

（二）课程资源的开发与利用

1、课程参考资源的开发和利用。开发并应用一些与商务礼仪相关的直观、形象的图片、视频(动画),调动学生学习的积极性、主动性,促进学生理解。

2、实践教学情景的开发与利用。本课程属于实践性较强的课程,在各种商务场合中能够正确使用礼仪是本课程的核心目标。因此需有一个真实或仿真的环

境，让学生在真实的环境中理解和熟悉，为学生毕业上岗做好铺垫。

3. 网上资源的共享与开发利用。

①课堂中经常组织的情境表演的视频资料可以传入共享资源中，加上教师和学生的点评，

可以直观的让学生认识到自己在商务礼仪中的不足，从而更具针对性的改进。

②网络精品课程学习：

浙江经贸职业技术学院

<http://jpkc.zjiet.edu.cn/sheng/2009/swly/index.html>

安徽职业技术学院

<http://220.178.71.53/ec2006/C10/Course/Index.htm>

无锡职业技术学院

http://jpkc.wxit.edu.cn/2009_Txjq/index.asp

《商务礼仪与沟通技巧》授课计划表

2017-2018 学年 第 2 学期

任课教师		钟飞燕			任教课程		商务礼仪与沟通技巧							
任课班级					采用教材							参考书名称 与作者		
					名称			作者、出版社						
公选课					商务礼仪与沟通技巧			徐珍 电子工业出版社			商务礼仪教程 金正昆			
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配								课程考核方式设想： 采取形成性考核与终结性考核两种方法，形成性考核占50%；终结性考核占50%。	
					总课时	其 中								机 动
						课堂讲授	课堂作业	实习实训	单元测验	参观见习	其他安排			
32	0	32	8	4	32	16	0	16	0	0	0	0		
本课程教学目标和教学设想： 本课程旨在通过课程学习使学生能够全面掌握商务活动中的各种日常礼仪，达到														

日常商务场合的礼仪要求，以提高学生的礼仪修养和商务礼仪运用能力，使学生步入社会后能表现出良好的精神风貌和礼仪行为，能够较为自然地娴熟地进行商务交往，塑造良好的个人职业形象，并逐步形成良好的气质、风度和涵养，体现较高的综合素质，同时增强其适应社会和职业变化的能力。并通过课程学习使学生掌握与上司沟通、水平沟通、与下属沟通的方法与技巧，提高学生的商务沟通能力与交际能力，有助于培养学生高尚的职业素养与职业操守，提高办事效率与执行力。

本课程在讲授了基本理论之外，各章都安排了学习目标与要求和案例分析，有利于学生理解、掌握和运用相关礼仪知识和技能；并且针对每个能力点都安排了模拟实训训练，尽可能使学生融入仿真的商务环境中，实现“教、学、做”一体化。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实训	实习	实验		
1	商务形象礼仪		4			1、能够在商务活动中根据不同场合，进行合理的形象设计，并做到举止规范、体态优雅。 2. 案例导入；教师师范；学生模拟；教师总结点评。	形象展示
2	应聘面试礼仪		4			1. 能够在求职过程中做好准备工作，能够撰写符合应聘岗位要求的求职信、制作简历，有技巧的拨打求职电话、面试和笔试。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、情景模拟 点评总结	制作简历
3	职场沟通技巧		4			1. 能够根据不同场合不同对象巧妙的与上级、平级和下级进行沟通交谈，并善用语言的交际艺术和交际礼仪进行面对面交谈，电话沟通等。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、情景模拟、点评总结	情景模拟
4	商务会面		4			1. 能够在商务活动中正确的使用会面礼仪，规范的进行迎送、称呼、介绍、握手、	制作

	礼仪				致意和交换名片、乘车。。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、.情景模拟 点评总结	名片
5	商务交往礼仪	4			1. 能够在商务活动中正确的使用商务人员日常交往的礼仪, 准确撰写各类商务书面文书、商务电子信函和涉外商务信函, 并能够规范的进行邀约、拜访、接待、馈赠。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、.情景模拟 点评总结	情景模拟
6	商务活动礼仪	4			1、能够按照商务礼仪的规范要求, 举办或参加各种特定的商务活动, 包括商务会议、商务洽谈、商务仪式和各种专项活动、商务宴请等各种活动。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、.情景模拟 点评总结	案例分析
7	涉外商务礼仪	4			1、能够根据各国不同的礼俗与禁忌, 与外国客户进行正常的商务活动与社交活动。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、.情景模拟 点评总结	案例分析
8	礼仪综合运用	4			1. 能根据不同场景综合灵活运用有关商务礼仪知识与沟通技巧。 2. 根据老师设置情景进行礼仪综合运用并作为期末考核成绩。	期末考核
	合计	16	16			

系负责人:

教研室主任:

任课教师:

《跨境电商营销实战》课程

一、课程基本信息

课程名称: 跨境电商营销实战

学 分: 2

课程代码:

学 时: 32

适用专业: 国际经济与贸易等其他经贸类专业

编制人：夏季

审核人：

编制时间：2018 年 1 月 10 日

二、课程性质

本课程是国际贸易专业的主干课程之一，同时也是本专业其它专业课程的基础课程，主要研究和介绍跨境电子商务营销推广的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用。学习本课程要求学生熟悉计算机基本操作、计算机网络技术、数据库技术、管理学及市场营销学的基本原理。同时，只有在掌握了本课程的基本原理的基础上，学生才能准确地理解和把握网络营销、电子支付等其它课程的基本内容。为学习其他专业管理课程打下良好的基础，同时，更应注重学生实际操作能力的培养和锻炼，为以后工作做好准备。

三、教学目标

（一）总体目标

根据本课程面对的工作任务和职业能力要求，教给学生电子商务平台运营与营销的相关知识，通过相关的实践和课内训练，使学生认识电商营销推广业务的操作流程，达到能够为网上商店进行营销推广提升店铺销售的目的。

（二）具体目标：

能力目标：

通过完成跨境电子商务各种营销方式及渠道的认识与典型案例、跨境电商网络营销知识导入、产品发布操作、店内产品推广技巧、学习使用 dream weaver 软件、学习注册站外推广社交软件、开发海外客户综合实训 6 个项目的学习，努力使学生达到以下初步能力：

9. 掌握产品发布能力
10. 掌握店内产品推广技巧
11. 掌握 SEO 推广技巧
12. 掌握站外推广社交软件 SNS 社交网络营销
13. 掌握寻找海外客户的小技巧，对找到客户进行点对点营销

知识目标：

1. 了解了解跨境网络营销
2. 了解产品详情页面模块设置
3. 了解“万能热区”软件的使用技巧
4. 了解搜索引擎营销
5. 了解 SNS 社交网络营销
6. 了解“文本剪刀手”网页信息提取工具
7. 了解“whois”企业信息查询工具

素质目标:

- 1、具有获取和利用信息的能力;
- 2、具有逻辑思维能力; 具有良好的动手能力以及实操能力;
- 3、具有独立学习、获取新知识和新技能的能力;
- 4、具有良好的学习方法和良好的学习习惯; 培养学生的自学能力、独立工作能力;
- 5、具有发现问题、分析问题和解决问题能力;
- 6、具有团队管理能力、人力资源管理能力; 培养学生的团队协作精神;
- 7、培养并提高学生的职业能力(观察、分析和解决问题的能力, 自我展现的能力)。
- 8、具有创新能力和环境适应能力;
- 9、具有一定的自学能力和职业迁移的智能基础以及持续发展的潜在能力;
- 10、具有较好的品德修养、人际沟通以及解决电子商务实际问题的基本能力。

四、教学内容

(一) 内容模块(一般指一级项目编号及名称、内容)

序号	模块(或子模块)名称		学时
1	基础认知	模块一 跨境电商网络营销知识导入	2
2	营销推广模式	模块二 产品发布操作	6
		模块三 店内产品推广技巧	4
		模块四 学习使用 Dream Weaver 软	6

		件优化店铺产品图片	
		模块五 学习注册站外推广社交软件	6
		模块六 寻找海外客户,点对点营销	6
3	复习	期末复习	2
合 计			32

(二) 教学项目

项目名称	工作任务	学时安排		能力目标	知识目标	教学方法建议	项目成果(可展示)
1. 基础认知	跨境电商网络营销知识导入	2		对跨境电商营销概念有了认知	了解跨境网络营销 3. 了解跨境网络营销渠道	讲授, 分组讨论, 总结	上网收集、了解跨境电商比较有影响力的营销事件
2. 营销推广式	2.1 产品发布操作	2	4	掌握产品发布能力 2. 掌握产品名称命名技巧	3. 了解产品发布流程 4. 了解产品详情页面模块设置及优化提升顾客浏览体验	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	1. 搭建产品关键词库 优化产品详情页面
	2.2 店内产品推广技巧	2	2	掌握店内产品推广技巧 3. 掌握通过店铺页面布局、产品详情页页面布局推广店内其他产品 4. 掌握“万能热区”	1. 了解产品发布流程 2. 了解橱窗产品设置 3. 了解关联产品设置	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	优化已发布产品详情页, 利用“万能热区”设置相关产品的引流, 提升店铺其他产品的推广

				软件的使用技巧			
2.3 学习使用 dream weaver 软件优化店铺产品图片迎合搜索引擎偏好, 推广产品	2	4	掌握 SEO 推广技巧 1. 学习 dream weaver 软件, 优化页面布局, 及改写详情页代码 2. 学习 “alt=” 优化产品图片技巧, 迎合搜索引擎偏好, 提升产品曝光率	3. 了解 SEO 推广 4. 了解 dream weaver 软件 5. 了解源代码	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	1. 掌握 dream weaver 软件编辑产品完成 “alt=” 优化店铺产品图片	
2.4 学习注册站外推广社交软件: Facebook、Linkedin、Pinterest	2	4	1. 掌握站外推广社交软件 SNS 社交网络营销 2. 掌握在海外社交软件发布产品	1. 了解 SNS 社交网络营销 2. 了解国外社交软件	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	1. 完成 3 大社交平台账号注册 利用注册号发布产品及店铺信息完成站外营销推广	
2.5 寻找海外客户, 点对点营销	2	2	掌握寻找海外客户的小技巧, 对找到客户进行点对点营销	3. 了解寻找海外客户技巧 4. 了解点对点营销	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	1. 利用 “文剪刀手”	

				<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握“文本剪刀手”网页信息提取工具，寻找客户邮箱联系方式 2. 掌握“whois”企业信息查询工具，掌握辨析客户真伪以及行业资历等信息。 			<p>在网页收集客户联系方式。利用“whois”企业信息查询工具，核查客户企业信息</p>
3. 期末总复习	课程考核		4	小组作品展示	对全书知识梳理复习	讲授，讨论，答疑总结	<p>考核依据：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 实训作业完成情况 2. 运营汇报 3. 分享学习总结

五、教学组织形式

1. 理论教授：教师教授跨境电子营销实战基本知识，策略技巧，并通过双语教学方法使学生更好熟悉英文环境下电商平台操作和基本的对外贸易知识；
2. 策略技巧模拟：任课教师负责设计《实训指导书》指导和组织学生实施分组演练；对学生演示进行点评、打分，最后得出考核成绩；

3. 真实演练：最后组织学生小组进行选择商品销售，依据出单率进行评分。

六、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
过程考核(50%)	学习态度	认真听讲, 积极参加活动	课堂纪律; 参与度	教师登记	10%
	上课考勤	满勤	到课次数	学生和教师分别登记	10%
	课后作业	作业认真程度	作业	教师登记	10%
	分项实训	课堂实训 完成实训指标	岗位任务	实训演示	20%
结果考核(50%)	实操	产品发布	模拟软件平台得分检测	教师登记	20%
		期末考试	期末分数	教师登记	30%
合 计					100

七、教材的选用

(一) 推荐教材

速卖通大学主编《跨境电商营销》，电子工业出版社，ISBN: 9787121276781
; 2016年1月

(二) 教学参考资料

4. 速卖通大学: <http://daxue.aliexpress.com/>
5. Ebay 大学: <http://university.ebay.cn/>
6. 亚马逊大学: <http://sellercentral.amazon.com/gp/homepage.html>
7. 福步外贸论坛: <http://bbs.fobshanghai.com/>
8. 雨果网: <http://www.cifnews.com/>
9. 递四方: <http://express.4px.com/>
10. 语联网: <http://is.io18.com/groups/>
11. 1688: <http://page.1688.com/>

12. 外贸软件工具：<http://www.terapeak.cn/>

八、主要教学资源要求

(一) 教师要求

高等学校教师资格证、助教或相当于助教以上职称、英语口语流利、最好有进出口跨境电商工作经验。

(二) 学习场地、设施要求

电商实训中心，有电脑、投影大屏幕和广播设备

(三) 课程资源的开发与利用

1. 开发电子商务实验教程、教师指导用书、教学课件等课程资源，以方便学生学习和教师教学，实现各分院资源共享。

《跨境电商营销实战》授课计划表

2018-2019 学年第 1 学期

任课教师	夏季				任教课程	跨境电商营销实战					
任课班级					采用教材						参考书名称与作者
					名称			作者、出版社			
电商营销先锋班					《网络营销实战密码：策略、技巧、案例》(修订版)			咎辉 电子工业出版社			《SEO 实战指导：知识·策略·案例》藏锋者、郝永清
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想： 50%过程考核成绩，50%结果过核成绩。
					总课时	其 中					
						课 堂 讲 授	课 堂 作 业	实 践 教 学	单 元 测 验	其 他 安 排	

32	0	32			32	12		22																															
<p>9、本课程教学目标：</p> <p>通过本课程的学习，使学生掌握跨境电商营销推广技能：注册海外社交软件、优化产品详情页、SNS 营销、优化搜索引擎等知识及技能，具有一定的职业素养和能力。能了解和开展网络营销，团队间形成合作意识，具备提出具体问题和解决问题的能力。</p> <p>10、课程考核方式和考核标准：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">考核项目</th> <th>考核标准</th> <th>考核方法</th> <th>评分比例%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">过程考核</td> <td>学习态度</td> <td>能够正确回答课堂提问</td> <td>积极发言并正确回答，每次 1 分</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>上课考勤</td> <td>按时到课</td> <td>旷课一次扣 3 分，迟到一次扣 2 分</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>实训任务</td> <td>完成任务的及时性、平台自助评分系统以及是否达到任务量</td> <td>实训结果</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>结果考核</td> <td>综合实训</td> <td>格式规范 结果正确 表述准确</td> <td>实训结果</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td colspan="4">合 计</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>												考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%	过程考核	学习态度	能够正确回答课堂提问	积极发言并正确回答，每次 1 分	10%	上课考勤	按时到课	旷课一次扣 3 分，迟到一次扣 2 分	10%	实训任务	完成任务的及时性、平台自助评分系统以及是否达到任务量	实训结果	30%	结果考核	综合实训	格式规范 结果正确 表述准确	实训结果	50%	合 计				100
考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%																																			
过程考核	学习态度	能够正确回答课堂提问	积极发言并正确回答，每次 1 分	10%																																			
	上课考勤	按时到课	旷课一次扣 3 分，迟到一次扣 2 分	10%																																			
	实训任务	完成任务的及时性、平台自助评分系统以及是否达到任务量	实训结果	30%																																			
结果考核	综合实训	格式规范 结果正确 表述准确	实训结果	50%																																			
合 计				100																																			

备注：①相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划；②课程考核方式和考核标准表中用不上的项目请空着，不要删除；③课程考核方式设想、教学用具、课程考核方式和考核标准中内容和数据均可从本课程课程标准中获取。

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实训	实习	实验		

	跨境电商网络营销知识导入	2				了解跨境网络营销 了解跨境网络营销渠道	上网收集、了解跨境电商比较有影响力的营销事件
	产品发布操作	2	4			掌握产品发布能力 3. 掌握产品名称命名技巧 4. 产品详情页面模块设置及优化提升顾客浏览体验	2. 搭建产品关键词库 3. 优化产品详情页面
	店内产品推广技巧	2	2			掌握店内产品推广技巧 5. 掌握通过店铺页面布局、产品详情页页面布局推广店内其他产品 6. 掌握“万能热区”软件的使用技巧	优化已发布产品详情页，利用“万能热区”设置相关产品的引流，提升店铺其他产品的推广
	学习使用 dream weaver 软件优化店铺产品图片迎合搜索引擎偏好，推广产品	2	4			掌握 SEO 推广技巧 3. 学习 dream weaver 软件，优化页面布局，及改写详情页代码 4. 学习“alt=”优化产品图片技巧，迎合搜索引擎偏好，提升产品曝光率	2. 掌握 dream weaver 软件编辑产品完成“alt=”优化店铺产品图片
	学习注册站外推广社交软件：Facebook、Linkedin、Pinterest	2	4			掌握站外推广社交软件 SNS 社交网络营销 1. 了解国外社交软件、完成注册 2. 在海外社交软件发布	2. 完成 3 大社交平台账

						产品	3. 注册 利用注册 注册账号 发布产品 及店铺信 息完成站 外营销推 广
	寻找海外客户，点对点 营销	2	4			掌握寻找海外客户的小技巧，对找到客户进行点对点营销 3. 掌握“文本剪刀手”网页信息提取工具，寻找客户邮箱联系方式 4. 掌握“whois”企业信息查询工具，掌握辨析客户真伪以及行业资历等信息。 5. 通过Linkedin发送站内信以及邮件对找到的客户进行点对点营销	2. 利用“ 文本剪 刀手”网 页收集客 户联系方 式。 3. 利用“ wh ois”企 业信息查 询工具， 核查客 户企业信 息
	课程考核		2			总结本学期课程学习收获、各小组进行运营总结汇报	考核依 据： 4. 实训 作业完 成情况 5. 运营

							4. 汇报 分享 学习 总结
合计		12	20				

备注：“教学内容”中所含能力训练项目、“课时分配”、“能力目标”、“训练方式及步骤”均需大致与本课程的课程标准中“教学进度设计”表内的进度、学时数及内容相一致。

系负责人：

教研室主任：

任课教师：夏季

《推销与谈判技巧》课程标准

一、课程基本信息

课程名称：推销与谈判技巧

学 分：2

课程代码：

学 时：32

先修课程：电子商务概论、国际贸易实务

后续课程：跨境电商操作

适用专业：跨境电商、国际经济与贸易

编 制 人：钟祥荣

审 核 人：

制订时间：2018年3月3日

二、课程性质

《推销与谈判技巧》是高职高专类院校国际贸易专业、跨境电商等专业核心课程之一。本课程是为了满足社会对于高职高专学生学习推销与谈判技巧的基本理论和技能的需要而开设。通过本课程的学习，可以提高学生的销售技巧与谈判能力，逐步形成良好的气质、风度和涵养，并且体现较高的综合素质，步入社会后能表现出良好的精神风貌、销售技巧、逻辑思维和谈判能力。本课程的先修课

程是《电子商务概论》、《国际贸易实务》等课程，后续课程是《跨境电商操作》等课程。

三、课程设计

(一) 课程目标设计

1、能力目标：

总体目标：能够运用推销与谈判技巧的基本知识，在学生即将步入工作时，较为自然和娴熟的进行商务交往与谈判，逐步形成良好的气质、风度和涵养，并且体现较高的综合素质，步入社会后能表现出良好的精神风貌、销售技巧、逻辑思维 and 谈判能力。体现较高的综合素质。

具体目标：

(1) 能够在外贸活动中做到仪容整洁、举止规范、服饰得体、体态优雅、交际礼貌，能够善用电话交际和演讲交际。

(2) 能够为商务谈判收集相关情报信息并能够切实地确定商务谈判的目标。

(3) 能够在外贸活动中正确的使用语言礼仪，善用语言的交际艺术，而且能娴熟灵活地运用各种商务谈判技巧，并实际运用到商务谈判中去。

(4) 能够在商务谈判中对谈判对方当事人的心理进行正确的分析而且具备成功谈判者的心理素质。

(5) 能够按照销售技巧的规范要求对商务谈判人员进行选拔和应聘。

(6) 能够按照销售技巧的规范要求和商务谈判的原则要求，进行商务谈判的开局、报价、磋商，并能订立书面的协议。

2、知识目标：

总体目标：掌握推销与谈判技巧的基本知识，在学生即将步入工作时，为正确的待人接物和商务谈判做良好的理论指导。

(1) 了解销售技巧形象设计的原则，掌握仪容、举止、仪表服饰、体态语言的礼仪要求；了解商务语言交际的艺术、方式、技巧、禁忌，了解交际中的文化差异，掌握电话交际和演讲交际的礼仪要求。

(2) 掌握谈判信息收集的方法并理解商务谈判目标的层次。

(3) 掌握商务谈判的各种策略技巧，重要的语言交际方式，了解语言交际礼仪的禁忌及商务谈判障碍排除的方法。

(4) 了解商务谈判的动机以及成功谈判者应具备的心理素质，掌握谈判心理分析的方

(5) 了解对商务谈判人员进行选拔的方式及商务谈判团体的构成，理解应聘准备工作的内容，掌握面试和笔试的礼仪要求，求职信函的写作要求以及应打求职电话的技巧。

(5) 理解会面礼仪（迎送、称谓、介绍、握手与致意、名片使用、）的基本功能和商务人员日常交往礼仪的理论知识，掌握各类商务信函的书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节，各种涉外商务活动的礼仪要点以及商务谈判各阶段的技巧与要点。

(二) 课程教学活动设计

1、课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	认知与理解推销概述与内涵	4
2	熟知与掌握推销模式与技巧	6
3	谈判组织与能力训练	10
4	模拟商务谈判	12
	合计	32

2、能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1	推 销 概	4	(1) 能正确理解现代推销内涵、特点 (2) 能够根据外贸人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装做到服饰得体；(3) 能够根据外贸人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求	(1) 仪容举止礼仪：①仪容②举止； (2) 商务着装服饰礼仪规范； (3) 各种体态表达的方式和种类； (4) 正确的体态礼仪。	(1) 从学生朗读课后案例入手(2) 提出问题(3) 根据问题讲解商务人员的形象设计的原则和仪容、举止礼仪(4) 要求学生回答商务人员应该如何进行仪容、举止礼仪的运用，以及错误的仪容举止有哪些和其重要性。(5)	学生上讲台演示，仪态的图片、视频。

	述		做到体态优雅。		学生示范	
2	推销方式与模式	4	(1) 能根据客户特点灵活采用不同的推销方式与模式 (2) 能够为商务谈判收集相关情报信息; (3) 能够切实地确定商务谈判的目标。	(1) 掌握谈判信息收集的方法; (2) 理解商务谈判目标的层次。	(1) 教师提供案例供学生讨论; (2) 学生分组角色扮演, 讨论案例并得出结论; (3) 分组陈述, 交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
3	推销接近	4	(1) 能够灵活应用寻找客户方法和约见方法接近客户。能够与不同类型的企业进行沟通; (2) 能够与不同国籍的商人进行沟通。	(1) 掌握与不同类型企业进行沟通的技巧; (2) 掌握与外商沟通的技巧。	(1) 教师提供案例供学生讨论; (2) 学生分组角色扮演, 讨论案例并得出结论; (3) 分组陈述, 交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
4	谈判策略与推销洽谈	4	(1) 能够采用合适的谈判技巧与推销技巧与客户进行洽谈。能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种语言技巧; (2) 能够善用语言的交际艺术, 适时运用有声语言或附语言及交际技巧。	(1) 掌握商务谈判的各种语言技巧; (2) 理解语言交际礼仪的重要性; (3) 了解语言交际艺术三要素; (4) 掌握语言交际方式有哪些。	(1) 从一则有关于语言闹出的笑话入手 (2) 提出问题请学生思考 (3) 讲解语言交际的相关内容 (4) 在讲解完交际礼仪的内容后, 请学生回答思考题; (5) 教师提供案例供学生讨论; (6) 学生分组角色扮演, 讨论案例并得出结论。	学生完成案例分析和课堂问答, 分组把讨论结果记录在作业纸上。
5	异议处理	4	能正确分析各种推销异议产生的原因并采用相应策略进行异议处理。能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种价格技巧。	掌握商务谈判的各种价格技巧。	(1) 教师提供案例供学生讨论; (2) 学生分组角色扮演, 讨论案例并得出结论; (3) 分组陈述, 交叉打分。	学生分组把讨论结果记录在作业纸上。
6		4	(1) 能够灵活运用各种推荐技巧促成交易。能够按	(1) 了解商务谈判里开局的重要性; (2)	(1) 展示一则业务员洽谈订单却失败的例子 (2)	会面礼仪的相关内容及注意

	推 销 成 交		照外贸礼仪要求及商务谈判原则进行开局;(2)能 在外贸活动中根据礼仪基本程序正确运用称谓和介绍礼仪;(3)能 在外贸活动中根据礼仪基本程序正确运用握手和致意礼仪、名片使用礼仪;(4)能够 运用商务迎送、会见、洽谈、宴请及陪同礼仪的规范和要求。	理解称谓礼仪和介绍礼仪的基本功能,掌握基本程序和基本原则;(3)理解握手和致意礼仪以及名片使用礼仪的基本功能,掌握基本程序和基本原则;(4)掌握涉外迎送、会见、洽谈的礼仪操作要点。	提出问题,让学生思考(3)进而引出“商务会面四要素”,详细讲解会面礼仪的称谓礼仪和介绍礼仪(4)学生示范;(5)让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的开局。	的问题,学生上台演示称谓、介绍的礼仪,模拟商务谈判的开局。
7	电 话 推 销 推	4	(1)能够熟练运用电话推销技巧进行电话预约推销。能够掌握书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节; (2)能够按照外贸礼仪要求及商务谈判原则进行合理有利的报价。	(1)掌握各类商务信函、致词、电邮以及涉外商务信函的书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节;(2)了解报价的原则; (3)掌握报价的形式。	(1)展示几种正规的商务文书。以实物来讲解商务文书的规范格式和结构以及需要注意的问题(2)案例分析(3)学生示范(4)让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的报价。	学生展示自己所撰写的商务文书,并让别的学生来评分,模拟商务谈判的报价,做书面形式的报价。
8	期 末 考 查	4	(1)运用本学期所学知识进行考核:能够正确和自觉的按照礼仪规范的要求去举办各类商务活动:能够正确使用商务会议、商务洽谈礼仪;(2)能够按照外贸礼仪要求及商务谈判原则进行磋商。	(1)了解销售技巧在日常商务活动中的发挥的重要作用 (2)理解和掌握商务会议、商务洽谈中的礼仪规范和要求;(3)掌握商务谈判里磋商的技巧。	(1)介绍商务会议礼仪和商务洽谈礼仪(2)在介绍的基础上,分别给出两则案例(3)提出问题,让学生对比思考(4)讨论得出结果(5)让学生运用之前学的会面礼仪及谈判原则模拟商务谈判的磋商	学生上台演示商务会议礼仪和商务洽谈礼仪的规范性,分组角色扮演,模拟磋商,上台演示。

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序	学	教学内容目标与内容
---	---	-----------

号	时	单元标题	能力目标	知识目标	考核内容与 方法
1	4	推销概述	<p>(1) 能正确理解现代推销内涵、特点</p> <p>(2) 能够根据外贸人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求准确着装做到服饰得体; (3) 能够根据外贸人员形象设计的基本原则和自身条件以及场合要求做到体态优雅。</p>	<p>(1) 了解外贸人员形象设计遵守的原则;</p> <p>(2) 掌握外贸人员仪容和举止礼仪要求。</p>	采取案例分析、学生回答和上台演示的方式考核
2	4	推销方式与模式	<p>(1) 能根据客户特点灵活采用不同的推销方式与模式 (2) 能够为商务谈判收集相关情报信息;</p> <p>(3) 能够切实地确定商务谈判的目标。</p>	<p>(1) 掌握各种体态表达的方式和种类</p> <p>(2) 掌握不同体态表达的含义</p> <p>(3) 掌握正确的体态礼仪</p>	区分正确和错误的体态语言。采取案例分析、学生回答和上台演示的方式考核
3	4	推销接近	<p>(1) 能够灵活应用寻找客户方法和约见方法接近客户。能够与不同类型的企业进行沟通; (2) 能够与不同国籍的商人进行沟通。</p>	<p>(1) 掌握谈判信息收集的方法; (2) 理解商务谈判目标的层次。</p>	分组模拟上台演示
4	4	谈判策略与	<p>(1) 能够采用合适的谈判技巧与推销技巧与客户进行洽谈。能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种语言技巧; (2) 能够善用语言的交际艺术, 适时运用有声语言或附语言及交际技巧。</p>	<p>(1) 掌握与不同类型企业进行沟通的技巧; (2) 掌握与外商沟通的技巧。</p>	商务谈判的沟通技巧 分组模拟场景, 上台演示

		推销洽谈			
5	4	异议处理	能正确分析各种推销异议产生的原因并采用相应策略进行异议处理。能够在商务谈判中熟练运用商务谈判的各种价格技巧。	掌握商务谈判的各种语言技巧	不同语言技巧的运用。 分组讨论,模拟场景,上讲台演示。
6	4	推销成交	(1)能够灵活运用各种推荐技巧促成交易。能够按照外贸礼仪要求及商务谈判原则进行开局;(2)能在外贸活动中根据礼仪基本程序正确运用称谓和介绍礼仪;(3)能在外贸活动中根据礼仪基本程序正确运用握手和致意礼仪、名片使用礼仪;(4)能够运用商务迎送、会见、洽谈、宴请及陪同礼仪的规范和要求。	掌握商务谈判的各种价格技巧	不同价格技巧的运用。 分组讨论,模拟场景,上讲台演示。
7	4	电话推销推	(1)能够熟练运用电话推销技巧进行电话预约推销。能够掌握书写格式、语言表达、外观特征、发送方式等礼仪细节;(2)能够按照外贸礼仪要求及商务谈判原则进行合理有利的报价。	(1)了解语言交际中的文化差异(2)掌握语言交际的规则和技巧 (3)掌握语言交际的禁忌	分别阐述语言交际技巧和交际禁忌;区分商务语言交际的文化差异。采取课堂提问和课后作业方式考核
8	4	期末考查	(1)运用本学期所学知识进行考核:能够正确和自觉的按照礼仪规范的要求去举办各类商务活动;能够正确使用商务会议、商务洽谈礼仪;(2)能够按照外贸礼仪要求及商务谈判原则进行磋商。	(1)了解商务谈判的动机; (2)掌握谈判心理分析的方法;(3)了解成功谈判者应具备的心理素	情景模拟,角色扮演,分组演示,交叉打分考核。

				质。	
--	--	--	--	----	--

(四) 第一次课设计梗概

第一步：自我介绍和课程设置情况介绍。(5 分钟)

第二步：告知学生本门课程的总体安排、教材处理，上课方式和明确教学目标——贯

穿项目完成后要达到的效果，告知学生考核方式。同时介绍本门课程在学生将来工作中的重要作用(10 分钟)

第三步：介绍课程资源。对教材、参考书、补充资料、网站作简单介绍，说明对教材内容的调整思路，指定参考书目，发放补充资料。(10 分钟)

第四步：讲授新课——外贸礼仪的一般性知识介绍。

(1) 告知学生本次课的能力目标和知识目标

(2) 导入外贸礼仪，使学生了解外贸礼仪的起源与发展，掌握其基本特征和构成要素，并能用基本原则进行外贸交往；了解其主要功能和学习的意义，使学生明确提高外贸礼仪修养的必要性。(50 分钟) 具体内容如下：

第五步：进行课程小结。(5 分钟)

四、教学组织形式

根据本课程的设计思路，采取以任务的完成为目标的教学组织形式，以任务发生的顺序展开教学过程，以教师的启发引导、讲解示范为辅，以学生自主思考和体验训练为主，融“教”“学”“做”为一体。

同时采用启发引导、情境模拟、角色扮演、案例分析教学方法。即以学生为主体，教师加以适当的引导，提高学生分析问题、解决问题的能力，提高学生的实践技能；按不同的任务要求，分别扮演不同的角色，以达到开发学生的创新能力，自信心的培养；将实际案例引入教材、教学体系中，每个重要知识点均与实际应用结合起来，并将现代推销与谈判技巧的技巧能力充分应用于社会实践中。

五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	学习态度	是否积极	观察	5%

	上课考勤	出勤与否	考勤	5%
	平时测验	合格与否	测试	5%
	作业完成	完成情况	检查	10%
	课外实践	是否积极	检查	5%
结果考核	综合实训	完成情况	考核	40%
	期末考试	百分制	考试	30%
合 计				100

六、教材的选用

（一）教材或讲义编写建议

建议针对高职高专教学的特点,和城建学院教学体系的特色以实用性和应用性为主要驱动力,遵循“教学内容项目化,项目模块化,模块任务化”的教学改革理念:

1. 教学体系设计采用“项目化框架”:整体教学内容以项目分类,紧跟国际商务领域的发展趋势,选取企业最为常见和实用的商务活动类型作为教学体系项目。

2. 教学内容设计采用“模块化框架”:以模块为教学单元,选取企业不同类型的商务活动类型作为不同的教学内容模块。

3. 内容编排突出“任务驱动”:在每个模块里,以一个完整的商务活动为单元来安排教学任务,围绕任务的完成来展开教学内容的编写,体现“任务驱动”教学模式。

（二）推荐教材

《推销与谈判技巧》,陈汉明、李占红主编,湖南师大出版社,2013年。

（三）教学参考资料

1、商务人员形象设计的视频资料,正确的体姿和体态的视频资料

2、安徽职业技术学院销售技巧精品课程:

<http://220.178.34.248/ec2006/C10/kcms-2.htm>

3、天津对外经济贸易职业学院销售技巧精品课程:

http://www.tifert.com/portal/yxjs/gjmyyx/jpkc/C170315index_1.htm

4、九江学院商学院商务谈判精品课程:

<http://www.jju.edu.cn/sxy/jjbsjpkc/swtp/zjjs.htm>

5、南航新空姐选拔大赛的视频资料

6、金正昆讲现代销售技巧的视频资料

7、湖南铁道职业技术学院销售技巧精品课程:

<http://218.75.196.218:90/ec2006/C33/Course/Index.htm>

8、浙江经贸职业技术学院销售技巧精品课程:

http://jpkc.zjiet.edu.cn/sheng/2009/swly/wlkc_kcbz.html

七、主要教学资源要求

(一) 教师要求

1. 教师要紧跟国际商务的发展趋势, 选取最为常见和使用的商务活动类型组为教学内容。

2. 教师要针对现代企业普遍重视企业文化建设, 重视员工形象塑造的趋势, 选取职业形象模块。

3. 教师自身要注重礼仪, 在日常生活中处处以身作则, 处处体现出销售技巧对于我们的重要性。

(二) 学习场地、设施要求

多媒体教室, 可以放 ppt、视频和音频

(三) 课程资源的开发与利用

1、课程参考资源的开发和利用。开发并应用一些与销售技巧相关的直观、形象的图片、视频(动画), 调动学生学习的积极性、主动性, 促进学生理解。

2、实践教学情景的开发与利用。本课程属于实践性较强的课程, 在各种商务场合中能够正确使用礼仪及具备商务谈判的能力是本课程的核心目标。因此利用商务谈判实训室营造一个真实或仿真的环境, 让学生在真实的环境中理解和熟悉, 掌握相关技能, 为学生毕业上岗做好铺垫。

《推销与谈判技巧》授课计划表

2017-2018 学年 第 2 学期

任课教师		钟祥荣			任教课程		推销与谈判技巧						
任课班级					采用教材							参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社					
电商营销先锋班					推销与谈判技巧			安贺新 中国人民大学出版社			推销与谈判技巧 王国梁		
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配								课程考核方式设想： 采取形成性考核与终结性考核两种方法，形成性考核占 50%；终结性考核占 50%。
					总课时	其中							
课堂讲授	课堂作业	实习实训	单元测验	参观见习		其他安排							
32	0	32	8	4	32	16	0	16	0	0	0	0	
<p>本课程教学目标和教学设想：</p> <p>本课程旨在通过课程学习使学生能够全面掌握商务活动中的各种日常礼仪，达到日常商务场合的礼仪要求，以提高学生的礼仪修养和商务礼仪运用能力，使学生步入社会后能表现出良好的精神风貌和礼仪行为，能够较为自然地娴熟地进行商务交往，塑造良好的个人职业形象，并逐步形成良好的气质、风度和涵养，体现较高的综合素质，同时增强其适应社会和职业变化的能力。并通过课程学习使学生掌握与上司沟通、水平沟通、与下属沟通的方法与技巧，提高学生的商务沟通能力与交际能力，有助于培养学生高尚的职业素养与职业操守，提高办事效率与执行力。</p> <p>本课程在讲授了基本理论之外，各章都安排了学习目标与要求和案例分析，有利于学生理解、掌握和运用相关礼仪知识和技能；并且针对每个能力点都安排了模拟实训训练，尽可能使学生融入仿真的商务环境中，实现“教、学、做”一体化。</p>													

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排 (1、能力目标 2、训练方式及步骤)	作业安排
		讲授	实训	实 习	实 验		
1	推销概述	4				1、能正确理解现代推销内涵、特点 2. 案例导入；教师讲授；学生回答问题；教师总结点评。	案例分析
2	推销方式与模式		4			1. 能根据客户特点灵活采用不同的推销方式与模式 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、情景模拟 点评总结	情景模拟
3	推销接近	4				1. 能够灵活应用寻找客户方法和约见方法接近客户。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、情景模拟、点评总结	情景模拟
4	谈判策略与推销洽谈		4			1. 能够采用合适的谈判技巧与推销技巧与客户进行洽谈。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、情景模拟 点评总结	情景模拟
5	异议处理		4			1. 能正确分析各种推销异议产生的原因并采用相应策略进行异议处理。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、情景模拟 点评总结	情景模拟
6	推销成交	4				1、能够灵活运用各种推荐技巧促成交易。 2. 明确目标、案例导入、新课讲授、情景模拟 点评总结	案例分析
7	电话推销					1、能够熟练运用电话推销技巧进行电话预约推销。	情景模拟

			4		2. 明确目标、案例导入、新课讲授、情景模拟 点评总结	
8	期末考查	4			运用本学期所学知识进行考核	期末考核
合计		16	16			

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

（九）第二期电商运营总监班

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《互联网产品设计》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《新媒体营销》课程标准

一、基本信息

课程名称：	新媒体营销	学 分：	2
课程代码：		学 时：	32
先修课程：	电子商务概论	后续课程：	网络营销实务
适用专业：	电子商务	编 制 人：	蔡小宇
审 核 人：	谢金荣	制 订 时 间：	2018 年 5 月 15 日

二、课程概述（性质、任务和基本要求）

新媒体营销是电子商务专业的一门选修课程，为后续课程网络营销实务做好基础。本课程的任务主要培养电子商务专业学生的新媒体营销、社群电商、主流流量平台（百度、腾讯、阿里、新浪等）移动营销、主流 APP 移动营销及各类移动电商工具使用等专业能力和方法能力，以及培养学生的团队协作、沟通表达、工作责任心、职业规范和职业道德等综合素质和能力。

本课程的基本要求是了解新媒体营销的硬件准备；掌握 QQ 空间相册、兴趣部落的移动营销技巧；掌握微博的移动营销技巧；掌握微信、微信朋友圈的移动

营销技巧；掌握微信公众号的移动营销技巧；掌握图文自媒体的移动营销巧；掌握视频自媒体/直播的移动营销技巧；了解移动广告的投放方法；掌握二维码的移动营销技巧；掌握 H5 的移动营销技巧；掌握裂变海报的移动营销技巧；掌握搜狐快站的移动建站方法；了解分类信息 APP 的移动营销方法；了解商务生活 APP 的移动营销方法；掌握知识变现平台的注册使用方法；了解移动电商工具的使用方法。

三、教学目标（根据专业人才培养目标，结合专业能力、方法能力和社会能力的培养来拟定）

（一）能力目标

1. 能进行新媒体营销的硬件准备；
2. 能进行 QQ 空间相册、兴趣部落的移动营销；
3. 能进行微博的移动营销；
4. 能进行微信、微信朋友圈的移动营销；
5. 能进行微信公众号的移动营销；
6. 能进行图文自媒体的移动营销；
7. 能进行视频自媒体/直播的移动营销；
8. 能进行移动广告的投放；
9. 能进行二维码的移动营销；
10. 能进行 H5 的移动营销；
11. 能进行裂变海报的移动营销；
12. 能进行搜狐快站的移动建站；
13. 能进行分类信息 APP 的移动营销；
14. 能进行商务生活 APP 的移动营销；
15. 能进行知识变现平台的注册使用；
16. 能进行移动电商工具的使用。

（二）知识目标

1. 了解新媒体营销的硬件准备；
2. 掌握 QQ 空间相册、兴趣部落的移动营销技巧；

3. 掌握微博的移动营销技巧；
4. 掌握微信、微信朋友圈的移动营销技巧；
5. 掌握微信公众号的移动营销技巧；
6. 掌握图文自媒体的移动营销技巧；
7. 掌握视频自媒体/直播的移动营销技巧；
8. 了解移动广告的投放方法；
9. 掌握二维码的移动营销技巧；
10. 掌握 H5 的移动营销技巧；
11. 掌握裂变海报的移动营销技巧；
12. 掌握搜狐快站的移动建站方法；
13. 了解分类信息 APP 的移动营销方法；
14. 了解商务生活 APP 的移动营销方法；
15. 掌握知识变现平台的注册使用方法；
16. 了解移动电商工具的使用方法。

（三）素质目标

1. 具有沟通能力及团队协作精神；
2. 具有分析问题、解决问题的能力；
3. 具有用于创新勇于创新、敬业乐业的工作作风；
4. 具有质量意识、团队协作意识；
5. 具有社会责任感。

四、教学内容

（一）内容模块

表 1：课程内容模块及学时分配

序号	课程内容模块名称	学时
1	兼职邦平台的新媒体营销	32
合 计		32

（二）教学项目（以工作过程为线索、以项目为载体进行设计）

表 2：项目教学内容及学时分配

项目名称	工作任务	学时安排		能力目标	知识目标	教学方法建议	项目成果(可展示)
兼职邦平台的移动互联网营销	新媒体的营销硬件准备	2	2	能进行新媒体的硬件准备;	了解新媒体的硬件准备;	案例分析+实操	手机卡运营商产品目录1份
	QQ空间相册、兴趣部落的移动营销	2	2	能进行QQ空间相册、兴趣部落的移动营销;	掌握QQ空间相册、兴趣部落的移动营销技巧;	案例分析+实操	QQ空间相册、兴趣部落的官方规则1份
	微博的移动营销	2	2	能进行微博的移动营销;	掌握微博的移动营销技巧;	案例分析+实操	微博的官方规则1份
	微信、微信朋友圈的移动营销	2	2	能进行微信、微信朋友圈的移动营销;	掌握微信、微信朋友圈的移动营销技巧;	案例分析+实操	微信、微信朋友圈的官方规则1份
	微信公众号的移动营销	2	2	能进行微信公众号的移动营销;	掌握微信公众号的移动营销技巧;	案例分析+实操	微信公众号的官方规则1份
	图文自媒体的移动营销	2	2	能进行图文自媒体的移动营销;	掌握图文自媒体的移动营销技巧;	案例分析+实操	主流图文自媒体的官方规则1份
	视频自媒体/直播的移动营销	2	2	能进行视频自媒体/直播的移动营销;	掌握视频自媒体/直播的移动营销技巧;	案例分析+实操	主流视频自媒体/直播的官方规则1份
	移动广告的投放	2	2	能进行移动广告的投放;	了解移动广告的投放方法;	案例分析+实操	主流移动广告的价格目1份
	二维码的移动营销	2	2	能进行二维码的移动营销;	掌握二维码的移动营销技巧;	案例分析+实操	优秀二维码效果图3张
	H5的移动营销	2	2	能进行H5的移动营	掌握H5的移动营销	案例分析+实操	优秀H5效果3份

				销;	技巧;		
裂变海报的移动端营销	2	2	能进行裂变海报的移动端营销;	掌握裂变海报的移动端营销技巧;	案例分析+实操	优秀裂变海报效果图3张	
搜狐快站的移动建站	2	2	能进行搜狐快站的移动建站;	掌握搜狐快站的移动建站方法;	案例分析+实操	优秀移动网站效果图1套	
分类信息APP的移动端营销	2	2	能进行分类信息APP的移动端营销;	了解分类信息APP的移动端营销方法;	案例分析+实操	优秀分类信息APP营销效果图3张	
商务生活APP的移动端营销	2	2	能进行商务生活APP的移动端营销;	了解商务生活APP的移动端营销方法;	案例分析+实操	优秀商务生活APP营销效果图3张	
知识变现平台的注册使用	2	2	能进行知识变现平台的注册使用;	掌握知识变现平台的注册使用方法;	案例分析+实操	优秀知识变现平台效果图1套	
移动电商工具的使用	2	2	能进行移动电商工具的使用。	了解移动电商工具的使用方法。	案例分析+实操	优秀移动电商工具清单1份	

五、教学组织形式（班级授课、分组教学以及组织具体安排方式等，如果是多位教师同时指导，还须说明教师分工安排）

1. 教学班是主要的教学组织，班级授课制是目前教学的主要组织形式。有条件的话，也可以采用分组教学，或者多种组织方式灵活组合，尽量减轻学生的生理和心理疲劳。

2. 教学中要注意现代化教学手段的运用，如多媒体课件，声像呈现等，以保证在学时有限的情况下，完成内容丰富的教学任务。

3. 注意教学方法的灵活性，要充分发挥学生的主体性，与学生建立起平等，民主和对话的师生关系，培养学生发现问题，分析问题，解决问题的能力 and 探究意识，使学生学会学习。

4. 评价教学方法要以实现课程标准规定的教学目标为依据,好的教学方法应有助于学生对教学内容的理解,并能激发学生的学习热情,树立工程意识,达到优化学生的知识,能力,素质,特别是设计思想,设计方法与创新思维能力培养的目的。

六、考核方式和考核标准

表 3: 教学项目考核评价标准

项目名称	考核点	建议考核方式	权重 (%)	评分
1. 形成性考核	学习态度	1. 根据作业完成情况、素材准备情况、课堂回答问题情况,由教师和学生干部综合评定学习态度的得分	15	60
	组织纪律	2. 根据上课考勤情况由教师和学生干部评定纪律得分	5	
	课堂模仿实践	3. 根据学生完成情况由学生自评、他人评价和教师评价相结合评定成绩	15	
	单元独立实践	4. 根据实训报告完成情况,由教师评定成绩	25	
2. 终结性考核	期末作品	1、根据学生完成情况由学生自评、他人评价和教师评价相结合评定成绩	40	40
合计				100

七、教材的选用

(一) 教材或讲义编写建议

《新媒体营销教程》 黑马程序员 人民邮电出版社 2017 年 8 月第 1 版

(二) 教学参考资料

无

八、主要教学资源要求

(一) 教师要求

- 1、有新媒体营销、网络推广经验；
- 2、熟悉新媒体营销常规操作和关键字分析工具，流量统计分析工具，利用一切工具去分析行业、分析项目，具备良好的数据分析能力；
- 3、熟悉新媒体平台、论坛、SNS、博客、微博等各种推广方式和技巧，有丰富的网络推广策划运作经验；
- 4、擅长在网络上发表软文，热爱文字编辑工作，思路清晰，创意思维活跃，逻辑性和文笔流畅，文字驾驭能力强，洞察力强。

(二) 学习场地、设施要求

多媒体机房，接入互联网。

《新媒体营销》授课计划表

2017 / 2018 学年第 2 学期

任课教师		蔡小宇			任教课程		新媒体营销						
任课班级					采用教材						参考书名称与作者		
					名称			作者、出版社					
第二期电商运营总监班					新媒体营销教程			黑马程序员 人民邮电出版社			无		
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配							课程考核方式设想： 1、平时成绩占60% 2、期末作品占40%(新媒体营销方案)	
					总课时	其中							
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排	机动		
32	0	32	4	8	32	16	0	16	0	0	0		

本课程教学目标：

新媒体营销是电子商务专业的一门选修课程，为后续课程网络营销实务做好基础。本课程的任务主要培养电子商务专业学生的新媒体营销、社群电商、主流流量平台（百度、腾讯、阿里、新浪等）移动营销、主流 APP 移动营销及各类移动电商工具使用等专业能力和方法能力，以及培养学生的团队协作、沟通表达、工作责任心、职业规范和职业道德等综合素质和能力。

本课程的基本要求是了解新媒体营销的硬件准备；掌握 QQ 空间相册、兴趣部落的移动营销技巧；掌握微博的移动营销技巧；掌握微信、微信朋友圈的移动营销技巧；掌握微信公众号的移动营销技巧；掌握图文自媒体的移动营销技巧；掌握视频自媒体/直播的移动营销技巧；了解移动广告的投放方法；掌握二维码的移动营销技巧；掌握 H5 的移动营销技巧；掌握裂变海报的移动营销技巧；掌握搜狐快站的移动建站方法；了解分类信息 APP 的移动营销方法；了解商务生活 APP 的移动营销方法；掌握知识变现平台的注册使用方法；了解移动电商工具的使用方法。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
11	移动营销的硬件准备	1		1		案例分析+实操	
11	QQ 空间相册、兴趣部落的移动营销	1		1		案例分析+实操	
11	微博的移动营销	1		1		案例分析+实操	
11	微信、微信朋友圈的移动营销	1		1		案例分析+实操	微信、微信朋友圈的官方规则 1 份
12	微信公众号的移动营销	1		1		案例分析+实操	微信公众号的官方规则 1 份
12	图文自媒体的移动营销	1		1		案例分析+实操	主流图文自媒体的官方规则

						1 份
12	视频自媒体/直播的移动营销	1		1		案例分析+实操
12	移动广告的投放	1		1		案例分析+实操
13	二维码的移动营销	1		1		案例分析+实操
13	H5 的移动营销	1		1		案例分析+实操
13	裂变海报的移动营销	1		1		案例分析+实操
13	搜狐快站的移动建站	1		1		案例分析+实操 优秀移动网站效果图 1 套
14	分类信息 APP 的移动营销	1		1		案例分析+实操
14	商务生活 APP 的移动营销	1		1		案例分析+实操
14	知识变现平台的注册使用	1		1		案例分析+实操
14	移动电商工具的使用	1		1		案例分析+实操
合计		16	0	16	0	

学院负责人:

教研室主任:

任课教师:

《电商广告与运营实战》课程

一、课程基本信息

课程名称: 电商广告与运营实战

学 分:

课程代码:

学 时: 32

适用专业: 电子商务

编 制 人: 王光焰

审 核 人: 谢金荣

编制时间: 2018 年 9 月 16 日

二、课程性质

本课程专门为广州城建职业学院电商运营总监班专业开设,前置课程为商品图像处理、网络营销等。

《电商广告与运营实战》共 32 课时，涵盖了广告学的基础知识、电商广告与运营实战概述、电商广告与运营实战策划、电商广告与运营实战设计、电商广告与运营实战制作、电商广告与运营实战发布、电商广告与运营实战预算与效果测评、电商广告与运营实战法律法规及监督管理等内容，通过案例分析、广告策划设计制作有助于学生理论联系实际，掌握电商广告与运营实战的基本理论、基本知识、基本方法和基本操作技能，为学生从事电子商务设计、运营及营销等电子商务相关岗位奠定基础。

三、课程设计

(一) 课程目标设计

通过本课程的学习使学生能正确认识电商广告与运营实战工作，熟练掌握电商广告与运营实战的专业知识、操作方法和专业技能，能够从事电商广告与运营实战的策划、设计、制作和推广等工作，并时刻关注本专业的最新发展动态，具有电商广告与运营实战思维和专业能力的创新创业能力。

1. 能力目标

1. 具有从事电商广告与运营实战工作专业知识和操作技能；
2. 具有依据企业实际情况，制定相应的电商广告与运营实战营销方案；
3. 具有使用流行的电商广告与运营实战设计制作工具完成电商广告与运营实战的设计制作；
4. 具有电商广告与运营实战的推广营销能力；
5. 具有建立遵纪守法的行为规范、诚实守信的优良品质、严谨认真的工作态度、团结合作的工作精神；
6. 具有沟通能力和协调能力。

2. 知识目标

1. 正确认知电商广告与运营实战职业，明确电商广告与运营实战职业要求；
2. 了解电商广告与运营实战的发展历史及现状、特点及分类；
3. 掌握电商广告与运营实战电商广告与运营实战的专业知识和相关技术；
4. 了解电商广告与运营实战的设计制作流程；

5. 掌握软文、图片、视频等电商广告与运营实战的制作方法；
6. 熟悉电商广告与运营实战的推广方法。

3. 职业目标

1. 与电商广告与运营实战相关的设计、运营、营销岗位；
2. 自主创业。

(二) 课程教学活动设计

1. 课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	电商广告与运营实战基础	8
2	电商广告与运营实战策划	8
3	电商广告与运营实战设计与制作	8
4	电商广告与运营实战的推广	8
合计		32

2. 能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1	电商广告基础	4	1 电商广告在信息社会中的功能 2 电商广告的传播对象 3 电商广告的基本原则 4 电商广告的价格水平	1. 电商广告的概念； 2. 电商广告与与传统广告的区别； 3. 电商广告的分类 4. 电商广告常用工具	1. 电商广告的概念； 2. 电商广告与传统广告的区别； 3. 电商广告的分类 4. 电商广告常用工具	
2	电商广告策划	4	制定电商广告策划方案，撰写电商广告方案策划书	1. 电商广告策划的基本出发点 2 电商广告策略 3 电商广告费用预算	1. 电商广告策划的基本出发点 2 电商广告策略 3 电商广告费用预算	电商广告方案策划书

3	电商广告设计	4	按照策划书要求设计电商广告	<ul style="list-style-type: none"> 1 电商广告的设计思路 2 电商广告创意 3 电商广告设计的基本要求 4 电商广告的导向方式 5 电商广告的表现手法 	<ul style="list-style-type: none"> 1 电商广告的设计思路 2 电商广告创意 3 电商广告设计的基本要求 4 电商广告的导向方式 5 电商广告的表现手法 	电商广告设计图
4	电商广告制作	8	熟练使用电商广告制作工具制作各种流行形式的电商广告	<ul style="list-style-type: none"> 1 电商广告制作流程 2 电商广告构思 3 电商广告文案的撰写 4 电商广告的图形与图像 5 电商广告平面画面的制作 6 电商广告动画画面的制作 7 电商广告立体画面的制作 8 富媒体电商广告的制作 	<ul style="list-style-type: none"> 1 电商广告制作流程 2 电商广告构思 3 电商广告文案的撰写 4 电商广告的图形与图像 5 电商广告平面画面的制作 6 电商广告动画画面的制作 7 电商广告立体画面的制作 8 富媒体电商广告的制作 	电商广告
5	电商广告推广	8	对制作后的电商广告进行推广	<ul style="list-style-type: none"> 1 电商广告的站点发布 2 电商广告投放的类型与网站 3 电商广告的直接投放 4 通过广告代理商投放电商广告 5 通过电商广告联盟投 	<ul style="list-style-type: none"> 1 电商广告的站点发布 2 电商广告投放的类型与网站 3 电商广告的直接投放 4 通过广告代理商投放电商广告 5 通过电商广告联盟投 	投放平台

				放广告 6 许可电子 邮件营销	放广告 6 许可电子 邮件营销	
6	电 商 广 告 效 果 评 估	2	对电商广告的效果 进行评估	1. 电商广告 效果评估的 意义 2 电商广告 效果评估的 特点与标准 3 电商广告 效果评估的 原则与方法 4 电商广告 受众的口碑 评估	1. 电 商 广 告 效 果 评 估 的 意 义 2 电 商 广 告 效 果 评 估 的 特 点 与 标 准 3 电 商 广 告 效 果 评 估 的 原 则 与 方 法 4 电 商 广 告 受 众 的 口 碑 评 估	效 果 分 析 表
7	电 商 广 告 管 理	2	了解电商广告涉及 的组织管理、广告 内容管理以及法律 问题	1 电 商 广 告 管 理 的 难 点 2 电 商 广 告 组 织 管 理 3 电 商 广 告 内 容 管 理 4 电 商 广 告 中 的 若 干 法 律 问 题	1 电 商 广 告 管 理 的 难 点 2 电 商 广 告 组 织 管 理 3 电 商 广 告 内 容 管 理 4 电 商 广 告 中 的 若 干 法 律 问 题	

四、第一次课设计梗概

《电商广告与运营实战》是一门为适应互联网及电子商务的发展而设置的一门新课程，要让学生在掌握互联网和电子商务和相关知识和技能的基础上，对这门在电子商务领域占越来越重要的地位的课程给予充分的重视和学习热情，以适应行业的发展，以便更好地进行专业学习和职业规划。

因本课程为新兴专业和新开课程，因此要求教师在教学过程中及时掌握本行业及本专业的发展动态，为教学提供更新更符合实际的教学内容和案例，同时也要关注学生对知识的理解和掌握程度，随时调整教学内容及进度。

部分实训内容需要与其它单位合作，要求在课程开始前与合作单位做好沟通和协调，保证教学任务的顺利进行。

五、教学组织形式

班级授课，多种教学方式结合

具体组织安排：

本课程分为商业分析、模式案例和应用实战三大部分，

第一部分（第 1 节至第 4 节）以教师讲授为主，使用 PPT 形式教学；

第二部分（第 5 节至第 28 节）以教师讲授为主，学生与教师互动，要求学生积极思考并提出问题，对案例进行分析，通过熟练使用各种工具完成广告策划、设计制作及推广等任务。

第三部分（第 29 至第 32 节）对学习效果进行评估。

教师对学生的任务完成情况进行考核评价，作出总结。

六、课程考核方式和考核标准

建立课程教学全过程的跟踪考核评价体系，在教学评价中注重知识、能力、素质并重，强化过程考核评价。将定量评价与定性评价相结合；理论评价和实践评价相结合；过程评价和结果评价相结合。

1、总成绩构成

学期总成绩 100 分，其中：实训成绩（做中学）55%，平时成绩（学中做，知识、技能、态度的考核）50%。

（1）实训成绩（做中学）50%

业务实做得分=各业务实做成绩平均成绩×25%；

（2）平时成绩（学中做）50%

平时成绩得分= 平时知识、技能、态度的考核成绩×25%

学期总成绩=期末考试得分+实训得分+平时成绩得分

七、教学材料

（一）教材或讲义编写建议

要求教材内容丰富，详细，适用高职类学生学习。有相应的视频教学材料，供学生课后观看，理解。同时，附有相应的练习，以便能及时巩固所学知识。

（二）推荐教材

《电商广告与运营实战（第 2 版）》 张建军主编 东南大学出版社

八、主要教学资源要求

(一) 教师要求

具有电商广告与运营实战的实战经验

(二) 实训场地、设施要求

能上网的机房

(三) 课程资源的开发与利用

与当地企业合作，以广州城建职业学院电子商务项目中心为依托，相互借鉴。

《电商广告与运营实战》授课计划表

2018/2019 学年第 1 学期

任课教师		王光焰		任教课程		电商广告与运营实战						
任课班级				采用教材					参考书名称与作者			
				名称		作者、出版社						
电商运营总监班				《网络广告（第2版）》		张建军主编 东南大学出版社						
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本学期教学周	本课程周课时	本学期课时分配						课程考核方式设想： 学期总成绩 100分，其中：学期期末考试 50%，实训成绩（做中学）25%，平时成绩（学中做，知识、技能、态度的考核）25%。	
					总课时	其 中						
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排		
32	0	32			32	8		24				
本课程教学目标： 通过本课程的学习使学生能正确认识网络广告工作，熟练掌握网络广告的专业知识、操作方法和专业技能，能够从事网络广告的策划、设计、制作和推广等工作，并时刻关注本专业的最新发展动态，成为一名具有网络广告思维和专业能												

力的网络广告从业人员。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1	电商广告基础	4				一、电商广告的起源与发展 二、电商广告的特点 三、电商广告的功能 四、电商广告的分类 1 网幅广告 2 文字链接广告 3 悬浮（漂浮）广告 4 电子邮件广告 5 搜索引擎广告 6 弹出式广告（插页广告） 7 分类广告 8 虚拟社区广告 9 鼠标感应广告 10 即时通信广告 11 互动式广告 12 App 广告 13 原生广告（NativeAds） 14 病毒式广告	课堂提问

2	电商广告策划	2	2	<p>一、电商广告策划的原则与准备工作</p> <p>1 电商广告策划的原则</p> <p>2 电商广告策划的准备工作</p> <p>二、电商广告市场调查</p> <p>1. 电商广告市场调查步骤与方法</p> <p>2. 电商广告市场调查内容</p> <p>三、电商广告策划的内容</p> <p>1 电商广告战略策划</p> <p>2 电商广告目标策划</p> <p>3 电商广告定位策划</p> <p>4 电商广告战术策划</p> <p>5 电商广告地区策划</p> <p>6 电商广告网站策划</p> <p>7 电商广告时间策划</p> <p>8 电商广告主题与基调策划</p> <p>9 电商广告反馈系统策划</p> <p>10 电商广告的成本与预算策划</p>	<p>课堂作业</p> <p>按要求撰写电商广告方案策划书</p>
3	电商广告设计		4	<p>一、电商广告创意</p> <p>1 广告策划、创意与设计之间的关系</p> <p>2 电商广告创意的基础——产品定位</p> <p>3 电商广告创意的原则</p> <p>4 电商广告创意程序</p> <p>5 电商广告创意常见方法</p> <p>二、电商广告视觉设计原理</p> <p>1 文字设计原理</p> <p>2 色彩设计原理</p> <p>3 平面设计原理</p> <p>三、电商广告文案写作</p> <p>1 广告标题</p> <p>2 广告说明文</p> <p>3 广告标语</p>	<p>课堂作业</p> <p>按要求设计电商广告</p>

4	电商广告制作	4	4	<ul style="list-style-type: none"> 1 电商广告制作流程 2 电商广告构思 3 电商广告文案的撰写 4 电商广告的图形与图像 5 电商广告平面画面的制作 6 电商广告动画画面的制作 7 电商广告立体画面的制作 8 富媒体电商广告的制作 	<p>课堂作业</p> <p>按要求制作电商广告</p>
5	电商广告推广	4	4	<ul style="list-style-type: none"> 一、电商广告受众 1 网上受众与传统受众的区别 2 网民结构分析 3 用户上网的主要目的 二、 电商广告发布途径 1 主页形式 2 专类销售网 3 黄页形式 4 企业名录 5 网上报纸或杂志 6 新闻组 (Newsgroup) 7 友情链接 8 使用电子邮件和电子邮件列表发布广告 9 利用网上 IP 电话和网上传真发布广告 10 利用微信发布广告 11 利用博客、微博发布广告 12 利用手机 APP 发布广告 13 利用社区论坛发布广告 三、定向广告 1 定向广告的含义 2 定向广告的方法 	<p>课堂作业</p> <p>对制作好的电商广告进行推广</p>

6	电商广告效果评估	2				一、电商广告预算 1 电商广告计价方式 2 电商广告预算方法 二、电商广告效果测评 1 电商广告测评的内容和指标 2 电商广告测评的时间和方式 3 影响电商广告效果的因素	课堂作业 对电商广告的效果进行评估
7	电商广告管理	2				1 电商广告管理的难点 2 电商广告组织管理 3 电商广告内容管理 4 电商广告中的若干法律问题	课堂提问
合计		18		14			
总计		32					

学院负责人：

教研室主任：

任课教师：

《网页美工与后期处理》课程

一、基本信息

课程名称：网页美工与后期处理

学 分： 2

课程类型：专业必修课

学 时： 32

授课对象：第二期电商运营总监班

二、课程设计

(一) 课程目标设计

1、能力目标:

本课程为计算机应用专业的专业能力与基础素养的必修课程,主要通过实际动手能力和应用能力,运用大量的案例为引导,组织知识点的讲解,培养学生的基础知识和技能。具体表现为:

- (1) 能运用 PhotoShop 进行相关的色彩调整;
- (2) 能运用 PhotoShop 进行图像简单合成;
- (3) 能运用 PhotoShop 进行滤镜应用、抠图和批量处理;
- (4) 能灵活运用软件处理图像。

2、知识目标:

通过本课程的学习,学生应达到以下要求:

- (1) 掌握点阵图和矢量图的概念;
- (2) 掌握常用的色彩模式;
- (3) 掌握 PhotoShop 的基本操作;
- (4) 掌握特效制作的基本操作技能;

3、素质目标

- (1) 使学生养成在项目实施中提出问题、分析问题、解决问题的的工作习惯;
- (2) 培养学生实现图形图像制作的基本操作方法;
- (3) 培养学生运用 PhotoShop 进行商业实践的能力;
- (4) 培养学生准时完成工作内容的职业习惯。

(二) 课程教学活动设计

1、课程内容设计

本课程以案例为综合训练项目,将项目分解为 8 个训练模块,每模块都设计了针对性的训练任务,学生通过完成训练任务完成软件应用的学习同时完成整体课程目标。

序号	项目(模块)名称	学时
1	太极图	4
2	地铁灯箱	6

3	创意文字	2
4	挖图文件	6
5	网站后期处理	8
6	图片处理（色彩处理、图片修复）	4
7	机动	2
合计		32

2、能力训练项目设计：（具体安排见下页）

项目	课次	课次名称	训练任务	能力目标	知识目标	教学方法与手段	可测结果	学时/周次
太极图	1	Photoshop 基础操作 / 选区的创建与编辑	通过太极图的基本制作过程掌握选区工具，移动工具	能进行正确的项目设计文件建立、保存；能对项目文件进行选区绘制与编辑。	掌握不同项目设计文件的建立方法及基本的尺寸、色彩模式、分辨率要求；掌握基本的项目文件绘制、编辑与完成的过程。灵活掌握选区工具、移动复制、文件格式、保存打开文件等	讲授法 → 示范法 → 情境教学法	快速制作太极图	4 学时
	2	图像的绘制与编辑						
地铁灯箱	3	文字的输入与编辑-1	通过对海报内文字的制作与编辑掌握文字与路径的操作的方法与技能。	能通过文字制作美术文字	掌握多种图层下对海报的制作。巩固选区的使用以及美术文字的制作。能够运用路径绘制图形	讲授法 → 示范法 → 教学案例 → 情境教学法。	能逐渐熟练软件及快捷的操作	6 学时
	4	路径的操作		能通过路径操作对图片进行绘制手提袋。				

	5	图层与渐变、描边工具的使用	通过对海报背景的制作掌握图形与渐变工具	能够熟练使用渐变工具	掌握多种图层下对背景快速制作,并熟练使用渐变工具编辑器			
创意文字	6	文字字体的编辑-2	掌握文本美术文字的拆分与复合路径下文字的操作	能通过字体设计编辑使用文字能通过编辑功能制作符合设计要求的文本风格。	文本文字编辑,结合路径工具编辑美术文字。	讲授法→演示法→示范教学→教案学境教学法。	能用文字编辑工具	2 学时
挖图文件	7	路径挖图工具	通过大量的案例挖图是学生掌握钢笔工具,	掌握路径的建立与编辑,以及相互转换		讲授法→演示法→示范教学→教案学境教学法。	能快、准的操作批量挖图	6 学时
	8	通道挖图工具	图文合成与编排掌握图层、通道与蒙版的使用。	能运用通道与蒙版对版面进行美化。	掌握通道与蒙版的混合使用技巧。			
	9	选区挖图工具	掌握总结选区工具的综合挖区	能区别在什么情况下使用哪种选取	掌握选区挖图的制作技巧			
网站后期处理	10	调整图像色彩	通过对网页后期处理编排掌握色彩调整、图层、通道与蒙版的使用。滤镜的工具等	能通过调整图像色彩功能完成内页图片的色彩调整;	掌握图片的基本调整要求;掌握局部修改和制作图片的能力。	讲授法→演示法→示范教学→教案学境教学法。	能熟练综合处析灵活运用工具	8 学时
	11	图层样式						
	12	滤镜工具-01		能运用部分滤镜工具				
	13	自由变换工具的使用		能够掌握自由变换与变形工具				

图 片 处 理 (彩 色 处 理、图 片 修 复)	14	色彩调整	通过图片处理板块运用相关工具处理图片	能够根据样图调整色彩、能够修复图片、处理水印等	能够掌握色彩与修复图片、处理斑点等基础的图片处理能力	讲授法→演示法→教学案例→情境教学法。	多种方的处理图片	4 学 时
	15	修复、图章、加深减淡的综合使用						
	17	滤镜工具-02	掌握滤镜材质的应用及附属滤镜的使用	能自由添加滤镜,并掌控效果				
	18	图层模式	熟练掌握图层模式的种类及应用	能综合使用图层模式、色彩调整、路径等工具				
	19	色彩调整	掌握具体色彩应用情况以及画面分析					
	20	路径转换综合应用	掌握路径与其他工具的综合使用					
	21 .2 2	动画编辑工具的使用	动画与图层的综合应用。保存 web 格式的使用	能够制作表情动画	掌握动画编辑器及时间轴的性能	讲授法→演示法→教学案例→情境教学法。	能制简单的动画	
考试/ 机动	23 .				讲授法→演示法→教学案例→情境教学法。		2 学 时	

(三) 第一次课设计梗概 (160 分钟)

1) 【课程综述】

1. 介绍广告设计软件应用在广告设计中的基础地位和作用, 引发学生的理解和重视。

2. 对课程目标的掌握、项目设计内容、考核方式等作简明说明, 并对自己的授课习惯, 讲课特点, 课堂要求做出明确的说明, 以便同学们更好的接受和适应自己的教学方式。

3. 介绍本课程与后续课程之间的关系。

2) 【导入新课】

1. 导入案例: 通过对部分图片头像导入软件的基础知识

2. 教师提问。在教师的提问引导下让学生回答问题。最后由教师对内容做一个小结并引导学生如何看待广告设计软件应用这门课程。

3. 对广告设计软件应用这门课程进行分析, 并引出所要学习的关键知识点, 引导学生明确学习本门课程的目的, 同时也引出了本节课程的单元知识点及本门课程所要学习的基本内容及整体进度概要。

3) 【单元知识点】

设计软件应用知识点讲授。通过上一步骤, 学生已经明确“设计软件应用”的主要目的, 及其对设计所起的重要辅助作用。这里主要由教师讲授设计软件应用基本知识、项目情况与涉及的软件, 使学生明白通过广告设计软件应用所要收获的知识, 同时掌握这门技术对广告设计往后的学习所起的作用。

4) 【实施任务】

下达任务。通过知识点的学习, 要学生能打开项目运用基本知识进行操作, 如: 项目文件的打开、建立、储存等基本操作功能。通过这一训练, 学生对软件的基本操作及针对性的项目有较清晰的认识和理解。

5) 【任务反馈】

1. 老师审核各完成的结果，给出建议。并做归纳总结，使学生自然接受理论。
2. 比一比：学生主动展示结果，分享收获。

6) 【任务拓展】

布置课后作业，发挥合作精神和创新能力，完成课后作业，以此来巩固新知；或者预习下节课内容，提前做好素材收集。

三、考核方案设计

- 1、取消传统的卷面考试手段，注重过程考核
- 2、本课程实践比重较大。考核由平时成绩、项目实施过程、项目设计成果评分组成，具体比例如下：

- 平时成绩 40%：包括：考勤（10%）、课堂讨论（10%）、课后练习作业的质量（20%）。根据教学过程中展现出来的与人交流、严谨求实、有序工作、准时完成工作、团队协作合作、自主学习等职业素质进行综合评价；

- 项目实训过程 30%：根据学生完成情况及每个阶段的检查情况给分。对各学生所做每个拓展项目设计的设计思路、合理化结构设计程度、实际完成项目结构纸样进行评价，并确定综合评价；

- 项目设计成果 30%：在最后成果中，针对学生在具体设计的作品中所呈现的结果按不同知识点的要求给予评分。

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	上课考勤	按时上课，迟到、早退三次算作一次旷课，旷课一次扣除 3 分，课程中有 4 次旷课，取消考勤成绩	点名	10
	课堂讨论	认真听讲、积极思考，每回答一次问题或参与讨论问题加 1 分，加分上限为 10 分	记录	10
	课后练习作业的质量	每次课程都有相应的任务需要完成，在课堂上的完成部分，老师将给予整改意见，其余部分学生将	作业批改	20

		在课后完成，按照进度和质量，达到每个任务要求的给基础分，优秀的加分。		
	项目实训过程	各项目实施过程规范，领悟项目内容要求进行推进，各项目之间能做到既有特点又能相互呼应，并能按时完成。	考查	30
结果考核	项目设计成果	完整完成整体项目要求的所有项，能结合广告设计软件应用的知识要点完成项目，项目整理规范、完成及时。	考查	30
合 计				100

四、教学组织形式

1) 总体教学思路

本课程教学主要以工作任务为线索采用并列式与流程式相结合设计课程内容；以实用够用为原则兼顾知识结构、能力结构的完整，形成以项目教学、任务教学为主体的课程教学组织模式，以工作任务和流程为线索设计项目，把工作过程设计成项目过程，以工作任务负载知识，通过技能操作、创设情境、范例教学、小组合作等多种教学形式，在工作情境中开展学习过程。充分体现教师的主导和引领作用，突出强化学生的主体和自主作用，强调师生之间、学生之间的合作探究、互动交流，用发现学习取代接受学习、理解学习取代机械学习。

2) 每次课程教学思路

本门课程是以 4+4 个学时为一个单元进行，每次课程都需要完成一个能力目标项目类型，在课程中一般的组织形式都是按照复习回顾，课程导入→任务导入，引入理论体系→任务实践→任务反馈→任务拓展进行的，具体如下：

【复习回顾，课程导入】回顾上次课程的内容→设景激趣，导入新课→激发兴趣

【任务导入，引入理论体系】边示范边讲解边分析案例→提出问题→引入理论体系→展开任务→扫清障碍→为任务实施做准备

【任务实践】学以致用→学生主动参与任务实践（亲身体会）→自主探究→感悟新知强化新知→解答疑问

【任务反馈】归纳总结→接受理论→交流评价

【任务拓展】布置课外作业→巩固新知→自主内化

3) 根据课程性质实施的教学方法

① 理论与实践一体化项目教学法

教师在将某一课题项目以及需要解决的问题或需要完成项目的形式交给学生，由学生自己按照实际完成过程进行任务实践。这种教学方式不仅可以改变教师单项传播的呆板，还可以充分调动学生的主动性和积极性，发挥了学生创造性解决问题的能力。

项目内容和训练方式：在授课过程中，在我的班级里以2人为单位组成小组，该课程的学习训练始终体现小组的合作，以此为主线，由教师分配课题项目任务，让学生在实践项目中自然内化理论自然掌握能力。

② 多媒体实证性教学

字体设计是属于艺术设计类课程，学生对图形造型特别敏感，对文字的东西不容易理解和掌握。所以我们课程中已基本摒弃了传统的黑板教学和文字型教学，取而代之的是多媒体图像视觉、边示范边分析讲解为主的教学形式。

③ 问题式教学

针对目前学生主动性差的特点，课堂教学尽可能采取所谓的问题式教学，即先向学生提出问题，激发学生主动思考的积极性，然后再由教师进行示范讲解和实证。

④ 案例教学

老师在教学过程中针对学生必须掌握的知识点设计一些典型的、针对性、经典代表的案例讲解分析示范。老师过程中可以进行启发提问和引导，鼓励学生积极思考和探讨，变被动学习为主动学习。此教学方法主要在于案例的选择和设计上，案例最好要符合未来工作岗位实际要有可操作性。通过此过程学生能够自然轻松不知不觉就掌握了新知识和新技能。快乐完成学习。

⑤ 讨论式教学

将课程课题项目和实际相结合，学生在老师引导下，以小组合作形式，围绕任务项目重点和难点，在小组内互相交流，运用所掌握的知识互相启发，取长补短，加深理论理解，内化知识并形成技能。讨论教学方法主要以学生参与为主体，学生的创造性得到了极大的发挥，有助于学生养成动脑动手的良好工作习惯。讨

论教学另一方面还能将老师和学生连在一起，学生也变成了讲解者，可以畅所欲言自然的发表观点和疑问，老师和学生互相补充互相促进。大大提高了学习兴趣和效率。

⑥创造性教学

充分挖掘学生个人主动获取知识的潜能；引导学生发现自我；让学生在发现自我的基础上设计自己、塑造自己。在鼓励学生的主动性同时，要积极引导学生展开想象，培养他们的创造性思维，不墨守陈规、不照葫芦画瓢，毕竟，服装结构设计与其它艺术设计不同的是，它是一门周期性短更新快、具备朝前创造性的设计。

五、教料选用

（一）教材或讲义

《Photoshop 设计与实训》袁金戈 编著，艺术设计专业“十二五”精品课程规划教材，辽宁美术出版社， ISBN: 978-7-5314-4867-9

（二）参考资料

《中文版 Photoshop 设计与制作项目教程》张小志 高欢 编著，中国人民大学出版社， ISBN: 9787300128948

《Illustrator 职业技能实训案例教程》赵苗苗 张思佳 编著，清华大学出版社， ISBN: 9787302248026

《ADOBE Illustrator CS4 标准培训教材》汪可 梁景红 编著 人民邮电出版社， ISBN: 9787115211286

六、主要教学资源要求

（一）教师要求

广告或平面设计专业本科以上毕业，具有该专业从业经验的双师型教师。应具有平面广告设计项目管理和实操能力及相应的知识结构储备。

（二）教学设备、场地要求

校内多媒体机房教室能够满足本课程项目课程教学的需要，实训设备与学生

数相匹配，广告设计实训室的设计符合企业现场情境，完全能够满足教学功能的实际需要。

基本实践设备配置：

- 机房电脑，每人配备一台；
- 多媒体设备。

（三）网络及期刊资源

期刊：《国际广告》，《现代广告》，《艺术与设计》，《IDN》，等。

网站：

<http://www.dolcn.com> <http://www.gbdo.com> <http://www.ad110.com>

<http://www.adquan.com> <http://www.adsoftheworld.com>

<http://www.cnad.com> <http://www.a.com.cn>

（四）课程资源的开发与利用

包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、网络资源等。

《网页美工与后期处理》授课计划表

2018 /2019 学年第一学期

任课教师	徐立伟				任教课程	网站美工与后期处理						
任课班级					采用教材						参考书名称与作者	
					名称			作者、出版社				
第二期电商运营总监班					中文版 photoshopCS6 基础教程			北京大学出版社			凤凰高新教育	
本课程总学时	已授学时	尚余学时	本 学 期 教 学 周	本 课 程 周 课 时	本学期课时分配						课程考核方式设想： 形成性考核占30% 终结性考核占70%	
					总课时	其 中						机 动
						课堂讲授	课堂作业	实践教学	单元测验	其他安排		
32	0	32			32	10	0	20	0	0	2	
本课程教学目标：												

一个核心教学目标：训练学生在图像处理方面的职业技能，使全体学生能够通独立的完成美工处理。

该课程教学的主导思想是：围绕能力目标，课堂以任务训练为主，以学生为主题。教学设计，以提高学生职业能力为目的，采用任务驱动式教学法组织课堂教学，以 12 个具有代表性的体现工作过程的任务为主线，构建完整的教学设计，使学生切实感到现实工作的实际需求，充分激发学生的学习动力。教学设计不完全遵守教材的顺序，而以完成某一个任务来体现知识点，体现能力目标，其知识目标完全体现职业应用需求。

备注：相同的教材、进度（周课时）和相同的层次，只编一个计划，如有不同，应另编计划

课程教学进度表

周次	教学内容	课时分配				教学活动安排	作业安排
		讲授	实验	实训	实习		
1-2	太极图	1		3		教师讲授演示、学生练习、教师个别辅导答疑、教师检查学生练习情况	练习快捷操作
3-5	地铁灯箱	1		5		教师展示最终作品效果一体化教学、教师讲授演示、学生练习、教师个别辅导答疑、教师检查学生练习情况	完成相关知识点的复习
6	创意文字	1		1		一体化教学、教师讲授演示、学生练习、教师个别辅导答疑、教师检查学生练习情况	完成字体设计
7-9	挖图文件	1		5		一体化教学、教师讲授演示、学生练习、教师个别辅导答疑、教师检查学生练习情况	完成主题挖图 20 个
10-13	网页后期处理	5		3		一体化教学、教师讲授演示、学生练习、教师个别辅导答疑、教师检查学生练习情况	
14-15	图片处理（色彩处理、图片修复）	1		3		一体化教学、教师讲授演示、学生练习、教师个别辅导答疑、教师检查学生练习情况	

16	机动			2		一体化教学、教师讲授演示、学生练习、教师个别辅导答疑、教师检查学生练习情况	
合计		10	0	22	0		32

系负责人：

教研室主任：

任课教师：

(十) 第二期“室内设计师经理人班”

《公司创业实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《施工材料与工艺实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《方案设计技巧培训》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《企业经营管理沙盘实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《工程预决算实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

《软装设计实战》课程

课程介绍、课程标准、授课计划等材料如前文所示

部分学生成果展示



创业经理人班：2016年和2017年广东省大中专学生企业经营模拟沙盘大赛三等奖



设计总监班：第三届中国“互联网+”大学生创新创业大赛广东省分赛 两项获铜： 逐梦乡野—岭南风韵古村落民宿设计 ，广州城建工程建设智能监测科技服务有限公司



项目经理人班：2017广东“众创杯”大学生启航赛暨“赢在广州”第六届大学生创业大赛 获得优胜奖及8000元扶持资金



物流经理人班：“挑战杯-彩虹人生”2016年广东职业学院创新创业大赛 二等奖2项



物流经理人班：2016 年全国“互联网+”快递大学生创新创业竞赛银奖 1 项，铜奖 2 项，优秀组织奖



物流经理人班：2017 年全国“互联网+”快递大学生创新创业竞赛铜奖
4 项，优秀组织奖