

汕头职业技术学院 课程标准

《保险实务》

适用专业： 投资与理财专业

编制单位： 会计与金融教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0700050B		2019.4				

《保险实务》课程标准

课程名称：保险实务

课程类型：专业必修课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：第三学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

根据《高等职业学校专业教学标准（2018）》以及《汕头职业技术学院 2019 级投资与理财专业人才培养方案》，本课程是投资与理财专业的专业必修核心课程。课程涉及专业所需的保险基础知识。

（二）课程任务

通过本课程的教学，使学生理解保险的功能和作用，学会识别客户的风险类别，根据不同险种的特点选择相应的保险产品，为客户提供保险规划方案；也可根据客户需求，进行展业并配合核保、理赔、保全岗位服务客户。从而使学生能够胜任保险公司客户经理岗位以及满足理财经理岗位风险规划职业能力要求。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《金融学基础》课程，后续课程有《保险核心业务实训课》、《个人理财》课程。本课程授课对象是大二的学生，他们之前已开设《金融学基础》，对宏观经济的运行以及金融市场的划分有一定的了解，但具体到金融细分行业，学生是第一次涉足保险领域。通过该门课程的学习，学生要能识别客户可用保险转移的风险，读懂保险合同，明白财险与寿险的分类与特点，熟悉保险公司经营原则与业务流程并能进行保险营销和提供保险规划。学生对保险合同基础内容以及保险经营原则与保险公司业务流程的掌握关系到第四学期《保险核心业务实训》中单证的填制与业务操作。客户风险分析与保险产品的选

择关系到第五学期《个人理财》中风险规划部分的掌握。

二、课程目标

通过本课程的学习，让学生了解风险与保险的关系、保险不同于银行储蓄、股票等投资项目的特性，熟悉主要险种、保险公司经营原则与管理流程，掌握保险规划的基本原理，使其具有探究学习、终身学习、分析和解决保险问题的能力；能根据客户的不同需求和特点采取不同的保险营销策略并为客户提供保险建议。从而使学生能够胜任保险公司客户经理岗位以及满足理财经理岗位风险规划职业能力要求。

（一）素质目标

- 1 使学生形成保险意识和正确的保险理念；
- 2 树立良好的职业形象以及职业认同感；
- 3 具有良好的服务意识并形成职业的思维习惯；
- 4 具有较好的身体素质和较强的责任心及吃苦耐劳、开拓创新精神；
- 5 具备良好的人际沟通、合作能力和诚实守信的职业操守。

（二）能力目标

- 1 能对客户个人以及家庭所面临的风险做全面分析，并提供合理的风险管理建议；
- 2 能对其他金融产品和保险产品进行简单的对比分析；
- 3 能依据代理人行为准则，向客户解说不同类型保险产品；
- 4 能进行保险展业活动，对承保、保全、理赔环节有所了解；
- 5 能结合客户的风险和财务状况为其做保险需求分析，定制保险方案；
- 6 能运用保险基础理论分析解决保险实务问题。

（三）知识目标

- 1 了解风险、风险管理及保险之间的关系；
- 2 熟悉保险合同的形式、主体和内容；
- 3 掌握保险经营的四项基本原则；
- 4 熟悉财产保险与人身保险的主要险种及其特点、条款；
- 5 熟悉保险公司业务环节及其工作流程；

6 熟悉保险方案设计的原则、步骤。

三、课程设计

本课程以保险规划为载体，以高职教育专家与行业专家对投资理财专业工作任务与职业能力的分析为基础，结合投资与理财专业教学标准与人才培养计划，设计六个学习情境，内容包括风险与保险、保险合同、保险经营原则、财产保险、人身保险、保险公司经营管理、保险规划等学习项目；根据理财销售岗、保险销售服务岗工作任务要求，确定学习目标及学习任务内容；本课程采取行动导向（项目教学、案例教学）教学模式，以学生为主体，以保险规划和保险展业为导向组织教学及考核。

表 1 课程总体设计

保险实务		计划总学时：72
前言	了解保险行业发展现状、相关岗位、涉及保险相关内容的课程分布与内容安排、课程安排和学习建议	参考学时：2
项目一、认识风险与保险	识别风险及其分类，掌握风险管理的技术，识别可保风险。（此部分为发现客户需求点，引入用保险转移风险。）	参考学时：8
项目二 保险合同业务处理	对于保险合同的特征、分类、常见形式有整体了解；熟悉保险合同构成要素，明确主体权利义务，解读基本合同；熟悉保险合同的订立、履行、变更与终止及争议处理；掌握保险合同的经营原则。（此部分为对保险合同总体、细节、业务流程、经营原则的学习。）	参考学时：18
项目三 认识财产保险及产品	熟悉财产保险特征和分类，鉴于理财规划针对个人或家庭客户，重点掌握家财险和机动车辆险。其他财险自学。掌握针对财险的损失补偿及派生原则。（此部分除险种的学习外，涉及项目五理赔环节的计算。）	参考学时：10
项目四 人身保险及产品	熟悉人身保险特征和分类，鉴于理财规划针对个人或家庭客户，重点掌握人身险特有条款的解读、人寿险、健康险、意外险。（此部分除险种的学习外，涉及项目五展业合同解说和项目六保险规划建议产品。）	参考学时：14
项目五 了解保险公司的业务流程	熟悉保险公司展业、核保、客服、理赔等业务流程，掌握近因原则。（鉴于学生岗位设定为保险销售岗位，重点掌握展业技能。）	参考学时：12

项目六 保险规划	掌握商业保险与社会保险的区别、保险规划原则、规划流程；针对处不同生命周期的家庭定做保险规划方案（鉴于涉及第五学期《个人理财》专业内容。此方案仅对险种的选择、保额、保费进行大概估算）	参考学时：6
课程复习	掌握各项目要点了解卷考题型和各项目比重。	参考学时：2

四、课程内容与教学建议

（一）课程内容

表 2 学习情境设计

前言		学时:2
学习任务	保险行业及课程介绍	
学习目标	1 了解保险行业 2 了解课程	
学习内容	1 保险行业发展现状 2 保险相关岗位及职业能力要求 3 人才培养方案中，涉及保险相关内容的课程分布与内容安排 4 课程安排和学习建议	
教学模式	行动导向（案例教学等）	
学习过程	教师课上通过多媒体展示相关内容，课下实现学生在班课中的分组。学生课上了解行业现状、熟悉教材编写结构和内在逻辑，课下加入班课（2 学时）	
教学条件	联网多媒体、蓝墨云班课 APP	
学习评价	学生加入班课，熟悉学习平台的使用，完成分组。	

表 3 学习情境设计

项目一：认识风险与保险		学时:8
学习任务	1 认识风险 2 选择风险管理技术 3 认识保险	
学习目标	1 能识别客户的风险； 2 能识别各风险要素，为风险管理和事故近因的确认奠定基础； 3 能找出可用保险转移的风险； 4 能为客户解释保险、保险的功用、保险与赌博、储蓄、捐赠等的区别，为展业做准备； 5 能判断保险的分类，为保险合同业务处理和保险险种的学习奠定基础。	

<p>学习内容</p>	<p>1 掌握风险的概念、风险的构成要素</p> <p>2 了解风险的分类以及特征</p> <p>3 了解风险管理的概念；熟悉风险管理的程序</p> <p>4 选择风险管理技术；了解可保风险；理解风险管理与保险的关系</p> <p>5 掌握保险的概念</p> <p>6 熟悉保险的要素和功能</p> <p>重点：风险与风险管理的定义、特征、构成要素、分类、风险管理的程序、保险的定义和分类、保险功用</p> <p>难点：风险构成要素、分类、风险处理方法、保险要素</p>
<p>教学模式</p>	<p>行动导向（案例教学等）</p>
<p>学习过程</p>	<p>1 教师通过多媒体展示生活中的风险，讲授风险的定义、要素、风险与损失率的关系、风险的分类和特征，布置分组作业将多种风险按不同标准进行分类。学生思考事件损失率为1时是否存在风险，加深对风险不确定性的了解；找出案例中的风险要素、风险事故和风险损失，思考讨论校园中存在的风险以及保险公司经营中面临的危险。（2学时）</p> <p>2 教师课上点评作业；列举由古至今应对风险的方法，讲授风险管理的定义、步骤、管理技术（保险是针对低频高损的风险的管理方法）。学生小组代表进行风险分类，其他组列举不同意见；思考个人和家庭中存在的风险、根据给定风险选择管理技术、思考什么类型的风险可以通过保险转移。（4学时）</p> <p>3 教师讲授保险定义，通过案例列举保险的作用，总结保险与赌博、储蓄、捐赠等行为的相似点和区别；讲授可保风险的条件、保险的要素，解释保险的分类。学生思考保险的作用，讨论保险与赌博、储蓄、捐赠等的相似点和区别；思考什么风险保险公司同意承保，熟悉保险分类（2学时）</p> <p>采用案例教学、小组合作、学生自主探究等多种教学方法。</p>
<p>教学条件</p>	<p>联网多媒体、蓝墨云班课 APP</p>
<p>学习评价</p>	<p>评价内容：</p> <p>1、找出给定案例的风险</p> <p>2、列举出案例中风险的构成要素（特别是风险因素）</p> <p>3、给定分类标准，判断出案例的风险类型</p> <p>4、根据给定案例的风险选择风险处理方法。</p> <p>5、通俗的解释保险，结合自己的家庭风险状况，阐述保险的微观作用。</p> <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等；</p> <p>2. 终结性评价：卷考——判断题、选择题、案例分析、情景模拟</p>

表 4 学习情境设计

项目二:保险合同业务处理		学时:18
学习任务	1 初识保险合同 2 熟悉保险合同的构成要素 3 熟悉保险合同的订立、履行、变更与终止 4 了解保险合同解释与争议处理 5 掌握保险合同的经营原则	
学习目标	1 能区分保险合同和其他民事合同的不同 2 能识别保险合同的形式及条件 3 能正确填写简单的投保单 4 能合理判断保险合同中投保人、被保险人、受益人之间的关系及其合理性 5 能区分保险受益人与遗产继承人、保险金与遗产 6 能分析比较保险代理人、保险经纪人及保险公估人 7 能进行保险合同主体的相关案例分析 8 能理解保险合同条款的法律意义 9 能进行有关保险合同成立与生效的案例分析 10 能进行有关保险合同变更、中止的案例分析 11 能说出合同解释原则和争议处理的方式 12 能够正确判断保险关系主体是否履行了最大诚信，并就违反最大诚信原则的行为提出正确合理的处理意见 13 能判断投保人是否对保险标的具有保险利益 14 能够用保险利益原则对保险案例和保险活动中的实际问题作出正确的分析、解释与处理	
学习内容	1 了解保险合同的概念 2 掌握保险合同的特 3 掌握保险合同的分类 4 掌握保险合同的不同形式及其适用情况 5 了解保险合同主体的构成情况 6 熟悉保险人、被保险人及其条件 7 掌握投保人及其条件 8 掌握受益人及其相关内容 9 了解保险合同的辅助人 10 了解保险合同的客体 11 熟悉保险合同的内容 12 掌握保险合同订立的程序 13 理解保险合同的成立与生效的关系 14 了解保险合同的履行 15 熟悉保险合同的变更 16 了解保险合同中止与复效 17 了解保险合同的终止与解除 18 掌握保险合同解释原则 19 了解解决保险合同争议的方法	

	<p>20 掌握最大诚信原则的内涵及意义</p> <p>21 掌握告知、保证、弃权与禁止反言的具体内容，以及违反最大诚信原则的法律后果</p> <p>22 掌握保险利益原则的内涵</p> <p>23 理解保险利益原则的意义和作用</p> <p>24 掌握保险利益原则在不同险种中的适用</p> <p>重点：保险合同的自身特；保险合同的形式；保险合同的适用情形；保险合同的主体；保险合同的内容；保险合同的订立、变更、解除和终止；保险合同条款的解释；保险合同条款的解释原则；最大诚信原则的内容；违反最大诚信原则的法律后果；可保利益的判定</p> <p>难点：保险合同的自身特征；不同保险合同形式的法律效力；保险合同的主体资格、法律地位；保险合同内容；主体的变更、合同的中止和终止；条款解释原则；告知和保证的区别；违反最大诚信的后果；可保利益的判定</p>
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	<p>1 教师讲授保险合同定义、特征及分类、合同形式。学生结合保险特征思考保险合同与其他民事合同的区别，为何保险合同通常不具协商性以及查找保险法中对保险合同非要式性的规定；掌握保险合同分类；学生根据应用场景判断使用何种合同形式。（3 学时）</p> <p>2 教师讲授保险人、投保人、被保险人和受益人的定义和条件、保险金作为遗产的条件，课下布置案例作业课上点评；代理人、经纪人、公估人的定义和责任；合同的客体和内容；课下提供合同条款布置分组研讨作业，课上点评学生对条款的解读。学生思考判断合同主体、谁具有保险金请求权、保险金什么时候作为遗产，课下查找《保险法》和《继承法》相关内容分配案例保险金；找出代理人和经纪人的区别；课下研讨条款，课上每组派代表解说规定的条款。（6 学时）</p> <p>3 教师通过流程图、案例，结合《保险法》和行业惯例讲解合同订立流程、合同成立和生效条件；保险人和投保人各自的权利义务以及违约后果；合同的变更、后果、程序；合同终止的定义和原因、保险法规定的法定解除合同的情形和后果。学生通过案例判断合同是否生效，思考投保人发出要约保险人承诺但保险单还未签发时被保险人出险时保险人是否承担赔偿责任；口述当事双方权利义务要点。思考标的的转让是否是合同的转让、有何后果；通过练习将法定解除合同的情形和后果正确连出。（4 学时）</p> <p>4 教师讲解合同解释原则与争议处理方式。学生案例分析运用何种解释原则。（1 学时）</p> <p>5 教师提问引入最大诚信原则产生的必要性和含义、对投保人和保险人的诚信要求及违反的后果，补充学生对告知、保证区别；案例引入可保利益的定义和作用，讲授财险和人身险保险利益的体现和区别。学生思考解决市场信息不对称的方法，何为重要事实，告知与保证的区别，通过案例判断投保人是否违反最大诚信原则。判</p>

	<p>断投保人是否具有保险利益。口述财险和人身险的保险利益。（4学时）</p> <p>采用案例教学、小组合作、学生自主探究等多种教学方法。</p>
教学条件	<p>联网多媒体、蓝墨云班课 APP</p>
学习评价	<p>评价内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 列举保险合同特征； 2 口述保险合同一般分类； 3 给定应用场景正确选择保险合同书面形式； 4 正确填写投保单； 5 举例说明投保人、被保险人、受益人间的关系； 6 根据案例判断出投保人、受益人是否具有主体资格，保险金是否是遗产，如何分配； 7 根据案例判断是否是代理人的责任，造成投保人的损失由谁承担责任； 8 解读保险合同一般性条款； 9 根据案例判断合同是否成立，是否生效； 10 根据案例判断变更对保险合同效力的影响，合同中止时保险双方当事人的权利和义务； 11 根据案例判断出合同处于无效还是终止状态，当事一方可否解除合同； 12 根据案例选择解释原则； 13 根据案例判断投保人是否违反最大诚信原则； 14 根据案例判断投保人对标的是否具有可保利益。 <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、比较总结、课后作业等；</p> <p>终结性评价：卷考——判断题、选择题、案例分析、情景模拟</p>

表 5 学习情境设计

项目三:认识财产保险及产品		学时:10
学习任务	<ol style="list-style-type: none"> 1 初识财产保险 2 了解火灾保险 3 了解机动车辆保险 4 损失补偿及派生原则 	
学习目标	<ol style="list-style-type: none"> 1 能区分财产保险与人身保险 2 能区分交强险和机动车辆第三者责任险 3 能判断机动车辆保险的保险责任与除外责任 4 能熟练应用损失补偿原则及其限制核定赔偿金额 5 能根据具体情况判定是否适用权利代位、物上代位，能找出保险人在权利代位、物上代位过程中的权益范围 6 能在不同情况下区分是否属于重复保险，能运用不同的方法对重复保险分摊赔偿进行计算 	

<p>学习内容</p>	<p>1 了解财产保险的特性 2 熟悉财产保险的分类 3 熟悉财产保险与人身保险的区别 4 了解家庭财产保险的保险标的范围、责任范围与除外责任 5 熟悉机动车辆保险的基本险及主要附加险，责任范围与除外责任 6 掌握损失补偿原则、代位追偿、重复保险等概念 7 熟悉损失补偿原则的运用 8（定值、不定值）财险的赔偿计算、重复保险的分摊计算 重点：财险的定义、特征、分类；家庭财产保险和机动车辆保险的标的、责任以及除外责任；损失补偿原则和派生原则 难点：家庭财产保险和机动车辆保险的标的、责任以及除外责任；损失补偿原则的含义、代位原则和重复保险分摊原则的含义、损失补偿计算</p>
<p>教学模式</p>	<p>行动导向（项目教学、案例教学等）</p>
<p>学习过程</p>	<p>1 教师课堂讲授财险定义、特征和与人身险的区别，财险的分类。学生课下寻找财险产品，自学除家财险和机动车辆险外的其他财险。（2学时） 2 安排一组学生制作家财险专题于课堂展示，教师补充。（2学时） 3 安排一组学生制作机动车辆保险专题于课堂展示，教师补充。（2学时） 4 教师课堂讲授损失补偿原则、代位追偿原则和重复保险分摊原则，学生课程上进行案例分析和计算赔款。（4学时） 采用案例教学、小组合作、学生自主探究等多种教学方法。</p>
<p>教学条件</p>	<p>联网多媒体、蓝墨云班课 APP</p>
<p>学习评价</p>	<p>评价内容： 1 口述财险分类 2 在网上正确找到一款家财险产品和一种其他类型的财险产品。 3 根据案例判断损失是否属于机动车辆保险的责任范围 4 根据案例计算赔款 5 依据代位追偿原则，判断案例负有赔偿责任的一方以及赔偿金额 6 根据案例计算重复保险中各家保险公司分摊的赔偿金额 评价方式： 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等 终结性评价：卷考——判断题、选择题、案例分析、情景模拟</p>

表 6 学习情境设计

项目四:人身保险及产品		学时:14
学习任务	1 人身保险概况以及市场现状分析 2 人身保险合同常见条款解读 3 人寿保险及其产品分析 4 健康保险及其产品分析 5 意外伤害保险及其产品分析 6 团体保险及其产品分析 7 人身险产品研习	
学习目标	1 能理解人身保险合同常见条款对双方当事人权利义务的实现所起的作用与意义 2 能运用所学知识分析案例，解决实际问题 3 能解析定期寿险和终身寿险产品的条款，并用自己的话进行产品介绍 4 能解释年金保险和两全保险产品的条款，并用自己的话进行产品介绍 5 能解析分红保险、变额寿险、万能寿险产品的条款，并用自己的话进行产品介绍 6 能解析典型健康保险产品的条款，并用自己的话进行产品介绍 7 能解析意外伤害保险产品的条款，并用自己的话进行产品介绍	
学习内容	1 掌握人身保险的概念、分类 2 了解人身保险的特征作用 3 掌握宽限期条款、复效条款、不可抗辩条款、自杀条款的内容 4 理解保险现金价值，了解自动垫缴保费条款、保单贷款条款的内容 5 熟悉定期寿险和终身寿险的概念、保险责任及特点 6 了解定期寿险和终身寿险产品的种类 7 熟悉年金保险和两全保险的保险责任及特点 8 了解年金保险和两全保险产品的种类 9 熟悉分红保险、变额寿险，万能寿险的含义及特征 10 了解传统寿险与创新型寿险之间的差异 11 熟悉健康保险的概念、分类 12 了解健康保险可保疾病的构成条件 13 了解健康保险的特征和特殊条款 14 熟悉意外伤害保险的概念及特征 15 了解意外伤害保险的保险责任及给付方式 16 了解意外保险的主要险种 17 熟悉团体保险的概念特征及作用 18 了解团体保险的分类及主要险种 19 能运用前阶段学习的理论知识和其他综合能力解决实际问题 重点：人身保险的概念、特征和分类；宽限期条款、复效条款、	

	<p>不可抗辩条款、自杀条款；定期寿险、终身寿险、年金保险和两全保险的保险责任及特点；分红保险、变额寿险、万能寿险的含义及特征；健康保险的分类及其特殊条款；意外伤害保险的概念、特征与分类；团体保险的概念与特征</p> <p>难点：人身保险的特征；不可抗辩条款；现金价值的含义；传统寿险与新型寿险之间的差异；团体保险的特征；解析各类人身产品的条款并用自己的话进行产品介绍</p>
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	<p>1 教师讲授人身险的定义；提供产品带领学生理解人身险的特点；讲授人身险的分类和作用。学生要分辨出教师提供的保险产品哪些是人身险产品；理解人身险的特点；重点掌握按保障范围划分的险种分类以及个人、家庭角度下的人身险作用。（1 学时）</p> <p>2 教师运用案例导出条款的学习，学生通过案例分析理解条款对双方当事人权利义务的实现所起到的作用和意义。（2 学时）</p> <p>3 教师提供各类寿险的一款产品，展示其条款主要内容，讲授知识点。学生参与分析产品，归纳产品特点。（4 学时）</p> <p>4 教师提供一款健康险产品，展示其特有条款主要内容，讲授知识点。学生参与分析产品，归纳产品特点。（2 学时）</p> <p>5 教师提供一款意外险产品，展示其特有条款主要内容，讲授知识点。学生参与分析产品，归纳产品特点。（2 学时）</p> <p>6 教师提供一款团险产品，展示其特有条款主要内容，讲授知识点。学生参与分析产品，归纳产品特点，了解团险与个人险的区别。（1 学时）</p> <p>7 教师课前布置小组实训任务、课中点评。学生课前提交实训报告，课中分组报告。（2 学时）</p> <p>采用案例教学、小组合作、学生自主探究等多种教学方法。</p>
教学条件	联网多媒体、蓝墨云班课 APP
学习评价	<p>评价内容：</p> <p>1 给定案例，依据人身保险特有条款判断保险人是否承担赔偿责任</p> <p>2 分组学习，每个组课下在寿险、健康险、意外险、新型人身险各选一款产品，小组代表通过班课上传语音解说，内容包括为何需要该款产品、产品的特点和涉及的人身险特有条款，分析不同险种保障侧重点。每组课堂抽查一款产品进行解说。</p> <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业、成果（作品）展示等</p> <p>终结性评价：卷考——判断题、选择题、案例分析、情景模拟</p>

表 7 学习情境设计

项目五:了解保险公司的业务流程		学时:12
学习任务	1 保险公司经营管理 2 熟悉保险营销与保险展业 3 熟悉保险核保 4 熟悉保险理赔 5 了解近因原则 6 了解客户服务	
学习目标	1 能区分营销与推销 2 能在模拟的环境中进行保险展业演练 3 能结合案例分析保险核保的主要因素 4 能结合理赔知识分析理赔案例 5 能运用近因的基本方法判断近因	
学习内容	1 了解保险公司主要形式和机构设置 2 熟悉保险公司经营各环节及其内容 3 熟悉保险费、保险费率及其构成 4 了解营销的和保险营销 5 了解保险营销的基本模式 6 掌握保险营销的流程以及各个流程的注意事项 7 理解保险承保、核保的含义及其关系 8 认识保险核保的意义 9 了解保险核保的风险因素与核保资料 10 了解保险核保流程 11 理解保险索赔、理赔及其关系 12 认识理赔的意义 13 了解理赔的原则 14 了解财产保险的理赔流程 15 了解人身保险的理赔流程 16 了解理赔所需资料 17 掌握近因原则的含义 18 掌握近因的判定方法 19 了解保险公司客户服务的内涵及重要意义 20 熟练寿险公司保全的流程及主要内容 重点: 保险公司经营的主要内容、展业流程和注意事项、核保流程、理赔流程、近因原则的含义、保全主要内容和流程 难点: 核保涉及的因素、理赔案例分析、近因的确定	
教学模式	行动导向(项目教学、案例教学等)	
学习过程	1 教师通过案例引导推销和展业的区别, 多媒体保险广告欣赏, 明确保险营销的重要内容。学生讨论回答推销和展业的区别, 从广告体会保险能满足的需求点, 明白营销思路从客户需求点出发, 为客户提供保险产品以满足客户需求, 服务客户。(2 学时)	

	<p>2 教师课上提问、讲授准客户开拓、电话约访、销售面谈、促成、递送保单各要点；课下上传展业视频；课上播放学生视频并点评。学生课上讨论回答准客户特征、拜访前准备、常见拒绝理由及拒绝处理、促成动作；课下练习电话约访、学习展业视频；网上选择一款保险产品，拍摄模拟展业视频。（4 学时）</p> <p>3 教师讲授核保定义和意义，多媒体展示核保资料，流程图展示财险和人身险的核保流程。学生思考讨论财险和人身险核保的关键点；案例讨论客户应交何种材料，公司核保流程。（1.5 学时）</p> <p>4 教师多媒体展示理赔意义和原则，多媒体展示理赔资料，流程图展示财险和人身险的理赔流程和讲授注意事项，多媒体展示理赔相关单据。学生通过案例思考讨论理赔主要任务，客户方案赔时应该提供的相关资料。（1.5 学时）</p> <p>5 教师案例讲授近因的定义和判定方法。学生通过案例判定近因（2 学时）</p> <p>6 教师案例体现客户服务的意义，补充客服内容，重点讲授寿险保全，流程图展示保全流程。学生思考客服的内容，通过案例了解保全的重要性，客户申请保全服务时应提交的资料。（1 学时）</p> <p>采用自主探究、小组合作、角色扮演、案例研讨、视频模拟等教学方法</p>
教学条件	联网多媒体、蓝墨云班课 APP
学习评价	<p>评价内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 确定保险营销思路 2 顺利展业，应对客户的拒绝 3 选择出核保所需材料 4 选择出理赔所需材料 5 能用近因原则判定案例 <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业、成果（作品）展示等；</p> <p>终结性评价：卷考——判断题、选择题、案例分析、情景模拟</p>

表 8 学习情境设计

项目六:保险规划		学时:6
学习任务	<ol style="list-style-type: none"> 1 保险规划准备 2 险规划流程与方案设计 	
学习目标	<ol style="list-style-type: none"> 1 能说明社会保险和商业保险的主要区别 2 能分析不同阶段家庭的保险需求 3 能分析不同人群的保险需求 4 根据家庭和收入状况，为客户制定完整的保险规划 	
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 了解个人理财规划的内涵、作用、目标 2 掌握社会保险和商业保险的区别 3 掌握个人理财规划原则 4 掌握个人理财规划的基本流程 	

	<p>5 掌握保险金额的计算方法</p> <p>重点：规划原则；规划流程；针对处不同生命周期的家庭定做保险规划方案</p> <p>难点：针对处不同生命周期的家庭定做保险规划方案</p>
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	<p>1 教师课前布置查询汕头社保政策和社保与商业保险的区别，课上点评总结；解释商业保险对社保的补充作用。学生以小组为单位，课下上网查找汕头市（城镇、职工）基本医疗保险政策和汕头市基本养老保险政策。了解社会保险和商业保险在筹资模式、运行机制、保险金给付水平、给付条件和方式上的区别，课上展示。（1 学时）</p> <p>2 教师讲授保险规划原则，通过课件演示指导学生掌握保险规划流程。学生根据给定条件进行简单保险规划（5 学时）</p> <p>采用自主探究、小组合作、案例分析等教学方法</p>
教学条件	可联网多媒体、蓝墨云班课 APP
学习评价	<p>评价内容：</p> <p>1 讲出社保和商业保险的区别</p> <p>2 给定客户资料，制定简单保险规划</p> <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业、成果（作品）展示等；</p> <p>终结性评价：卷考——判断题、选择题、案例分析、情景模拟</p>

表 9 学习情境设计

课程复习		学时:2
学习任务	梳理知识点	
学习目标	能掌握各项目要点	
学习内容	<p>掌握各项目要点</p> <p>了解卷考题型和各项目比重。</p>	
教学模式	讲授、答疑	
学习过程	教师讲授各项目重点，学生查缺补漏。	
教学条件	教室	
学习评价	终结性评价：卷考——判断题、选择题、案例分析、情景模拟	

（二）教学建议

①教师教学应体现以学生为本的理念。借助蓝墨云班课平台上传教学资源，引导学生自主学习以及实现知识延伸。课堂上多采用启发式、讨论式、对比式、案例式教学，引导学生思考提问，激发学生学习的积极性和主动性，加强教学过

程中的师生互动。

②教学过程中，应以设计完成的项目活动为基础，通过情境模拟、角色扮演、分组作业、产品研习、案例讨论等多种手段、努力做到仿真化、流程化，强调学生在不断演练中学习，突出技能培养目标，注重对学生实际操作能力的训练。

③教学中，尽量使用现代化教学手段，利用多媒体录像等手段进行教学，将抽象的理论，以形象化教学结合起来。

④教学中，教师应积极引导提升职业素养，培养学生诚实守信的职业操守，以及擅于沟通和合作的良好职业品质。建议教师关注保险行业发展动向。积极与行业专家沟通，去企业锻炼以加深实务学习。与往届从事保险行业的毕业生沟通，了解教学效果，调整教学内容。有条件的情况下可以聘请专业保险代理人开设讲座，传授从业经验。

五、课程考核建议

1. 考核方式

本课程的考核，由形成性考核和终结性考核构成。形成性考核占 50%，主要考查学生的到课情况，学习态度和课程参与积极性，学生的团队协作情况、实训效果和创新精神等，包括出勤率、自主学习、讨论、小组实训、作业。终结性考核占 50%，由期末笔试以闭卷或开卷方式进行，主要考查学生对课程理论知识的掌握和应用情况。六个项目各种 10%、30%、10%、10%、30%和 10%。

2. 考核标准

学生能对客户的风险进行分析，发现客户需求点，提供相应的保险产品并对产品进行说明，指导客户填写投保单，协助办理客户核保、变更、理赔资料的提交等理财经理或保险公司销售、客服等岗位所需知识、技能以及良好的服务意识、人际沟通、合作能力和诚实守信的职业操守。

六、学习资源建议

1、教材建议选用省部级及以上的近三年出版的规划教材、精品教材。如“十二五”职业教育国家规划教材：

保险实务.肖举萍，黄素主编.北京：高等教育出版社；2014.8

教学参考：

- ①《中华人民共和国保险法》（2015 年修订）
- ②中国保险监督管理委员会网站 [HTTP://WWW.Circe.gov.c/](http://www.circ.gov.cn/)
- ③中保网（中国保险报网站）[HTTP://WWW.sirloin.com/](http://www.sirloin.com/)
- ④《保险销售行为可回溯管理暂行办法》. 中国保监会；2017 年 6 月
- ⑤保险代理人行为准则. 沈忠红. 北京：人民邮电出版社；2010 年 9 月出版
- ⑥A book 网址 [HTTP://a book.hep.com. c](http://a-book.hep.com.cn)
- ⑦智慧职教 网址 <https://www.icve.com.cn/>
- ⑧广东保险微信公众号

2 利用网络课程补充本课程教学的不足。基于该课程重点在于商业保险的展业与规划，对于课程没有涉及的汽车保险理赔和社会保险方面，建议感兴趣的同学可以参加中国大学慕课《汽车保险与理赔》《社会保障学》等课程，以扩大保险类从业范围。

3 注重网络课程资源的开发和利用。建议教师通过智慧职教等网络平台获取相关教学资源，如教学大纲、电子教案、多媒体视频、案例、实训材料；通过国家教学能力大赛平台，学习优秀课堂设计。充分利用电子书籍、电子期刊、数据库、教育网站和电子论坛等网上信息资源，丰富教学内涵。

4 注重校内外实训实习基地的开发利用。提供保险实训平台，用于满足学生保险业务的实训教学任务；与校外保险公司等金融机构签订产学研合作协议，建设校外实训基地以提供学生进行工学交替、定岗实习，在保险职业素养、业务流程操作、业务技能等方面对学生进行职业能力教育。

七、编制依据

依据投资与理财专业教学标准以及……专业人才培养方案。该课程标准是依据《高等职业学校投资与理财专业教学标准（2018）》以及《汕头职业技术学院 2019 级投资与理财专业人才培养方案》，参考肖举萍，黄素主编的《保险实务》教材配套教学大纲编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《期货投资实务》

适用专业： 投资与理财

编制单位： 会计金融教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0700190B	袁凤乔	2019.4.24				

《期货投资实务》课程标准

课程名称：期货投资实务

课程类型：公共必修课

学时学分：36 学时 (2 学分)

开设学期：第五学期

一、课程基本描述

(一) 课程性质

本课程是投资理财专业的公共必修课，是一门深入认识了解期货市场的重要课程，具有较强的专业性、实践性和适用性。对最早拥有期货市场的美国来说已有超过 170 年的历史，对我国来说期货市场开始于 20 世纪 80 年代末和 90 年代初，当中经历过盲目高速发展阶段和清理整顿阶段，从 2000 年起进入了规范发展时期，至 2006 年 9 月 8 日中国金融期货交易所成立，我国已有四家期货交易所。随着十九大以来进入全面改革开放阶段，金融已经成为国家发展的核心竞争力，期货市场必将具有更大的发展潜力。本课程对拓展投资理财专业学生的就业范围有较大的意义。

(二) 课程任务

主要针对在证券、期货、保险、银行、基金等金融企业从事投资理财产品销售与客户服务的投资顾问、客户经理、投资咨询、理财规划业务员等岗位开设，主要任务是：通过本课程的教学，使学生理解期货合约的基本条款、期货交易所的规则，掌握期货交易的流程，认识国内主要商品期货的类型以及金融期货的类

型，了解套期保值和投机套利的操作，掌握期货投资技术分析方法和手段。要求学生掌握期货交易操作和分析期货行情的基本技能。

（三）课程衔接

在课程设置上，先导课程有《金融学基础》、《金融市场基础知识》和《证券投资理论与实务》等课程，后续课程有《个人理财》和《互联网金融营销》等课程。使学生在具有初步期货知识之后深入学习和掌握期货市场的原理和交易操作，并且通过后续课程进一步提高投资和营销方面的知识和能力。

二、课程目标

本课程主要包括两大块，期货市场基础知识的理论教学和期货交易实训室模拟实训。理论教学主要让学生掌握和了解期货市场基本组织形式，交易制度和流程，期货市场的产生和发展，期货市场的交易品种。实验室模拟实训部分主要让学生掌握期货市场行情分析基本方法和理念以及期货交易操作和期货合约的结算方式等技能，为进入对口工作岗位打下实践性操作基础。

具体培养学生的三种能力：

专业能力：是学生了解期货市场基本发展趋势，掌握期货市场基本组织、期货品种、期货交易流程及不同期货品种对套期保值、投机和套利的具体运用。

方法能力：掌握证券市场行情分析基本方法和期货市场行情基本分析方法，掌握期货品种交易流程。

社会能力：培养学生科学严谨的工作态度、创新能力、具有爱岗敬业与团队合作精神的能力。

三、课程设计

本课程以教材和模拟操作软件为载体，根据学校专业人才培养方案和岗位（群）工作任务要求，确定学习目标及学习任务内容；本课程采取行动导向（项目教学、案例教学）教学模式，以学生为主体，以学生掌握的理论和实际操作能力为导向组织教学及考核。

表 1 课程总体设计

课程名称	期货投资实务	计划总学时：
情境名称	情境描述	参考学时：36
一、期货投资概述	通过本章学习，了解期货市场的产生、发展过程，国际、国内期货市场发展的基本特点，以及期货市场在衍生品市场中的地位；对期货市场的组织结构有个全面的认识，掌握期货市场各组成部分的功能；了解期货市场投资者的类型和特点；掌握期货市场两个基本功能。	2
二、期货合约	掌握期货合约的概念和基本内容，熟悉上海期货交易所铜期货合约主要条款。对热轧卷板期货进行案例分析。结合模拟操作软件进行学习。	3
三、期货交易所规则	了解期货交易所的结算规则；熟悉期货交易所的风险控制制度的主要内容。对聚丙烯期货合约风险控制制度进行案例分析。	3
四、期货交易流程	熟悉期货交易流程的相关概念及所包含的各项内容；了解期货逐日盯市结算方法；熟悉期货交易结算单的计算；熟悉期货交易行情信息的分析。结合模拟操作软件进行学习。	4
五、国内主要商品期货	了解上海期货交易所的铜期货、黄金期货合约及其基本面分析；了解郑州商品交易所的棉花期货、大连商品交易所的玉米期货、黄大豆期货合约及其基本面的分析。进行案例分析。结合模拟操作软件进行学习。	5
六、金融期货	了解金融期货的类型，分别了解利率期货、外汇期货以及股指期货的概念、发展及其主要的品种；熟悉中国沪深 300 股指期货合约的构成及其各主要条款的含义。结合模拟操作软件进行学习。	2
七、投机和套利	掌握投机的概念及投机交易操作方法；了解基差、价差及其走势图的含义；掌握套利的概念及套利交易操作的方法。	5
八、套期保值	了解套期保值的概念和原理；掌握套期保值的两种类型；了解套期保值的原则和避险程度；了解基差变动对套期保值的影响。进行相应的案例分析。	5
九、期货投资技术分析	了解技术分析的概念和假设前提；了解道氏理论的基本原理；熟悉几种技术分析方法包括 K 线分析、趋势分析、形态分析、移动平均线分析、指标分析、交易量及持仓量分析等。结合模拟操作软件进行学习。	7

四、课程内容与教学建议

指对某一个具体学习情境的实施设计。根据课程目标和涵盖的工作任务要求，按学习领域（或任务或工作项目等）顺序描述课程内容及具体要求，说明学生应获得的知识、培养的能力与素质。

表 2 学习情境设计

学习情境一（或第一章）：期货投资概述		学时:2
学习任务	从理论上认识对期货市场的产生和发展，对期货的组织结构和功能有所了解。	
学习目标	了解期货市场产生和发展的历程；熟悉期货市场的组织结构；掌握期货市场的功能。	
学习内容	1.期货的产生与发展 2.期货市场的组织结构 3.期货市场的作用	
教学模式	授课	
学习过程	1.期货的产生与发展 1 学时 结合模拟软件授课 2.期货市场的组织结构 0.5 学时 结合模拟软件授课 3.期货市场的作用 0.5 学时 结合模拟软件授课	
教学条件	可以上网的多媒体教室，配备期货模拟交易软件。	
学习评价	（1）按教学目标要求进行评价。 （2）每个情境主要从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果（作品）、总结报告（报告的内容、态度、写作水平等）等评价项目进行评价。 （3）评价方式： 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业。	

学习情境二（或第二章）：期货合约		学时:3
学习任务	期货合约	
学习目标	了解期货合约的定义和特征；掌握期货合约的基本条款；熟悉上海期货交易所铜期货合约主要条款的含义。	
学习内容	1.期货合约 2.期货合约的基本条款	
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）	

学习过程	1. 期货合约(1 学时) 授课和模拟操作 2. 期货合约的基本条款(2 学时) 授课和模拟操作
教学条件	可以上网的多媒体教室，配备期货模拟交易软件。
学习评价	(1) 对期货合约条款的掌握情况 。 (2) 从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果(作品)、总结报告(报告的内容、态度、写作水平等) 等评价项目进行评价。 (3) 评价方式： 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业、成果(作品) 展示等；

学习情境三：(第三章) 期货交易所规则		学时:3
学习任务	学习期货交易所规则	
学习目标	1.了解期货交易所的结算规则； 2.熟悉期货交易所的风险控制制度的规定。	
学习内容	1．结算规则； 2．风险控制规则	
教学模式	行动导向(项目教学)	
学习过程	1.结算规则 1 学时 2.风险控制规则 1.5 学时 通过授课方式，让学生学习保证金制度、每日无负债结算制度、涨跌停板制度、投机头寸限仓制度、强行平仓制度。	
教学条件	配备期货模拟交易软件的可上网多媒体教室。	
学习评价	评价项目： 1．对每日无负债结算制度的理解程度。 2．对调整保证金水平的几种情形的认识。 3．对涨跌停板作用的理解。 4．对限仓的规定。 5．对平仓的规定 评价方式： 过程性评价：提问、操作效果、课后作业等	

学习情景四（第四章）：期货交易的流程		学时：4
学习任务	期货交易的流程	
学习目标	了解期货交易的流程；掌握期货逐日盯市结算的计算方法；熟悉期货交易的主要结算单；了解期货交易行情。	
学习内容	1.期货交易流程 2.期货行情	
教学模式	项目教学、案例教学	
学习过程	1.期货交易流程（3学时） 讲授和模拟操作 2.期货行情（1学时） 讲授和模拟操作	
教学条件	可以上网的多媒体教室，配备期货模拟交易软件。	
学习评价	评价项目： 1.期货交易流程的各个环节。 2.计算手续费、保证金、当日盈亏及保证金余额。 3.编制主要交易结算单。 4.查看期货即时行情 评价方式： 过程性评价：提问、操作效果、课后作业等	

学习情景五（第五章）国内主要商品期货		学时：5
学习任务	学习国内主要商品期货铜期货、黄金期货、白糖期货、玉米期货及黄大豆期货的合约形式及基本面影响因素。	
学习目标	了解以上各国内主要商品期货合约条款及价格基本面影响因素。	
学习内容	1.上海期货交易所铜期货 2.上海期货交易所黄金期货 3.郑州商品交易所白糖期货 4.大连商品交易所玉米期货 5.大连商品交易所黄大豆期货	
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）	
学习过程	1.上海期货交易所铜期货 1学时 2.上海期货交易所黄金期货 1学时 3.郑州商品交易所白糖期货 1学时 4.大连商品交易所玉米期货 1学时	

	5.大连商品交易所黄大豆期货 1 学时 讲授与期货交易模拟软件操作相结合
教学条件	可以上网的多媒体教室，配备期货模拟交易软件。
学习评价	评价项目： 1.各个国内主要商品期货合约的条款内容。 2.各个国内主要商品期货合约价格的基本面影响因素。 评价方式： 过程性评价：提问、操作效果、课后作业等

学习情景六（第六章）金融期货		学时：2
学习任务	学习金融期货的概念及其主要类型	
学习目标	了解国际上主要期货合约的概念及其发展,熟悉国内沪深 300 股指期货合约的条款构成。	
学习内容	1.金融期货概述 2.沪深 300 股指期货	
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）	
学习过程	1. 金融期货概述 1 学时 2.沪深 300 股指期货 1 学时 讲授与期货交易模拟软件操作相结合	
教学条件	可以上网的多媒体教室，配备期货模拟交易软件。	
学习评价	评价项目： 1.对金融期货概念的理解 2.对利率期货、外汇期货和股指期货的理解 3.对沪深 300 股指期货合约条款的理解 评价方式： 过程性评价：提问、小组相互评价及课后作业等	

学习情景七（第七章）投机和套利		学时：5
学习任务	学习投机和套利的概念及作用，学习投机交易操作方式和套利交易操作的方式。	

学习目标	掌握投机的概念及投机操作的方法；了解基差、价差及其走势图的含义；掌握套利的概念及方法。
学习内容	1.投机和套利概述 2.投机交易操作 3.套利交易操作
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	1.投机和套利概述 1 学时 2.投机交易操作 1.5 学时 3.套利交易操作 2.5 学时 讲授与期货交易模拟软件操作相结合
教学条件	可以上网的多媒体教室，配备期货模拟交易软件。
学习评价	评价项目： 1.投机和套利的概念和作用。 2.投机交易操作方法的选择。 3.套利交易操作方法的选择。 评价方式： 过程性评价：提问、操作效果、课后作业等

学习情景八（第八章）投机和套利		学时：5
学习任务	学习套期保值的概念、原理、类型、原则及避险程度，学习基差变动对套期保值的影响。	
学习目标	了解套期保值的概念和原理；掌握套期保值的两种类型；了解基差变动对套期保值的影响。	
学习内容	1.套期保值的概念、原理、类型、原则和避险程度 2.基差变动对套期保值的影响	
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）	
学习过程	1. 套期保值的概念、原理、类型、原则和避险程度 3 学时 2.基差变动对套期保值的影响 2 学时 讲授与期货交易模拟软件操作相结合	
教学条件	可以上网的多媒体教室，配备期货模拟交易软件。	
学习评价	评价项目： 1.对套期保值概念、原理和原则的理解，类型的掌握。 2.了解基差变动对套期保值的影响。 评价方式： 过程性评价：提问、操作效果、课后作业等	

学习情景九（第九章）期货投资技术分析		学时：7
学习任务	学习技术分析的概念及原理；K 线分析、趋势分析、形态分析移动平均线分析、指标分析以及成交量和持仓量分析。	
学习目标	了解技术分析的概念和假设前提；掌握道氏理论的基本原理；熟悉 K 线、趋势、形态、移动平均线等技术分析基本原理；了解指标分析基本原理；了解成交量和持仓量对市场的影响。	
学习内容	1.技术分析概述 2.K 线分析 3.趋势分析 4.形态分析 5.移动平均线分析 6.指标分析 7.成交量和持仓量分析	
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）	
学习过程	1.技术分析概述 0.5 学时 2.K 线分析 1.5 学时 3.趋势分析 1 学时 4.形态分析 1.5 学时 5.移动平均线分析 1 学时 6.指标分析 1 学时 7.成交量和持仓量分析 0.5 学时 讲授与期货交易模拟软件操作相结合	
教学条件	可以上网的多媒体教室，配备期货模拟交易软件。	
学习评价	评价项目： 1.对技术分析概念和原理的理解。 2.画出 K 线图的几种典型形式并清楚所代表的意义。 3.理解趋势分析的三种类型。 4.理解形态分析的两种类型。 5.移动平均线的单线和组合应用。 6.主要指标所代表的意义。 7.会综合应用成交量和持仓量进行分析。 评价方式： 过程性评价：提问、操作效果、课后作业等 终结性评价：卷考	

五、课程考核建议

给出本课程的知识、能力与技能的考核标准及评价办法

1.考核方式

指本课程平时考核及期末考核各占比重、各情境内容所占比重、考试形式、试题类型等。

本课程平时考核及期末考核各占比重	30:70	
各情景所占比重	情景一	5%
	情景二	10%
	情景三	10%
	情景四	15%
	情景五	10%
	情景六	10%
	情景七	10%
	情景八	10%
	情景九	20%
考试形式	卷考	
试题类型	包括填空题、选择题、名词解释、简答题、计算题等	

2.考核标准

考核标准应与本专业学生职业能力和岗条件相结合。

六、学习资源建议

本课程教学使用的教材是《期货投资实务》，方晓雄主编，东北财经大学出版社出版，2018 年 4 月第四版，为 21 世纪高职高专精品教材，投资理财专业用。本教材按照国家教育部“十二五”高职教材的要求，理论知识“适度、够用”为原则，既能为学生的专业学习打下坚实基础，又能满足其将来从事相关岗位和个人发展的基本要求。

教学辅导资源有期货模拟交易软件。

七、编制依据

该课程标准是依据投资理财专业教学标准以及汕头职业技术学院 2019 年投资理财专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《财务管理》

适用专业：_____ 会计 _____

编制单位：_____ 财会金融教研室 _____

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0303360B	袁晓红	2009.04				

《财务管理》课程标准

课程名称：财务管理

课程类型：专业必修课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：第四学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

按照会计专业人才培养方案,《财务管理》是安排在第四学期开设的专业核心课程,对后续专业课程学习起承上启下作用。在对财会工作岗位分析的基础上,可以知道财务管理岗位需要掌握财务管理理念与方法、投资决策、筹资渠道及方式的决策、编制财务预算和计算分析财务指标等技能。财务管理这门课程为这些技能的获取提供了专业知识与、技能与理念的保障。

（二）课程任务

在本课程之前学生完成了《基础会计》、《财经法规》、《财务会计》和《成本会计》等课程的学习,这为本课程的学习奠定了良好的基础。该课程的知识使学生全面系统地了解国家有关财经方针、政策和财务管理制度,掌握财务管理的基本理论和基本方法,掌握财务管理的基本原则、工作内容和实践操作方法;具备财务管理运作的能力。同时,使学生具有以提高企业经济效益和社会效益为核心,进行财务分析、预测和评价、风险评估与投资管理,以及参与企业日常财务与经营管理和决策、实现目标控制、从事综合性价值管理的初步能力。力争培养能在各类工商企业、会计师事务所、税务师事务所及金融企业等单位从事财会、理财及相关工作的高素质技能型专门人才。而本课程为学生搭建了财务管理整体工作的体系框架。

（三）课程衔接

会计专业由专业带头人、行业专家、组成课程开发小组,深入企业、行业调研,由专业指导委员会讨论,确定专业课程。以会计岗位能力为主线,开发专业基本素质课程、专业基础课、专业核心课和专业选修课。按毕业生就业岗位所需知识、能力和素质开发实践课程。课程体系具有以下两个特点:

- (1) 注重知识梯级提升,融教学与考证为一体;
- (2) 注重校内模拟实习和校外顶岗实践的统一。(见下图)

在课程设置上,《财务管理》前导课程有《基础会计》、《财经法规》、《财务会计》和《成本会计》等课程,后续课程有《管理会计》、《财务报表分析》等课程,具体见下图:

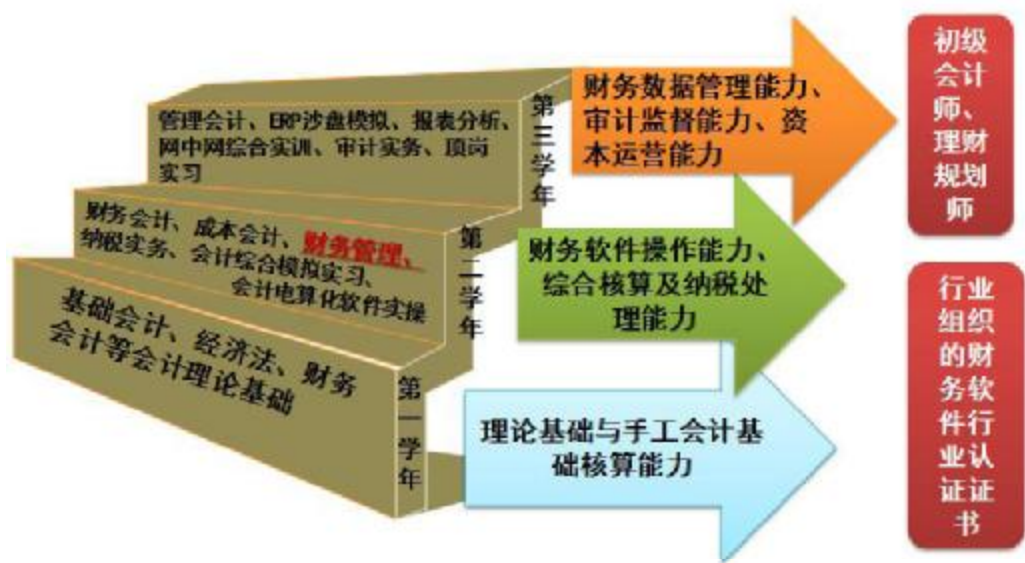


图 1：会计专业课程体系图

二、课程目标

学习是一种实践活动，其本质不仅在于“知”(what)而且在于“行”(how)。教学不仅要让学生获取知识与技术，更重要的是培养其获取和应用知识与技能的能力。管理大师大前研一在谈到培养青年就业力时特别以方程式比喻：就业力(C)=[知识(K)+技能(S)]×态度(A)，“如果态度非常好，知识与技能的威力才会无穷大。”基于以上分析，《财务管理》课程组制定出本课程的具体教学目标（详见附表1），将教学目标转化为可评价的具体指标，明确指出学生通过学习所需具备的知识、技能和态度，以反映学生的学习成效，并减少对学生预期学习成果的歧义。

表 1《财务管理》课程目标表

一级目标	二级目标	具体内容
知识	专业知识能力	<p>为将来职业所储备的特定知识，即学生所应学习《财务管理》相关的专业知识，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、财务管理的目标、环境、基本原则、工作内容和实践操作方法； 2、财务管理的两大理念与方法； 3、资金的筹集、资金的运用及收益分配等财务管理运作的理论与实务； 4、财务预测、财务决策、财务预算、风险评估、财务控制和财务分析的理论与实务
技能	整合与应	能重新整合不同的意见或事物成为新的整体，并藉由反思及学习从不同

	变能力	<p>的观点及角度看待问题，进而能适应各种变迁的环境。即运用相关专业知识辨识、分析及解决企业投资决策问题的能力，包括：</p> <p>1、运用 EXCEL 软件解决财务管理活动中相关问题的能力；</p> <p>2、运用 HP12C（惠普金融计算器）或手机中的 HP12CAPP 解决财务管理活动中相关问题的能力；</p> <p>3、结合本地区特点，运用财务管理知识，探索华侨资本本土化运营的执行方法。</p>
	技术和功能技能	<p>能善用必要的知识、技能及态度方法来处理解决问题的能力，包括：</p> <p>1、获取信息：分析财务管理环境，收集理财所需的信息和想法，理解利益相关者的需求并能够作出满足其需求的规划。</p> <p>2、解释信息：分析信息和方案、验证信息、对信息和方案进行评估、将各种渠道获取的信息整合在一起、做出结论。</p> <p>3、解决问题和决策：识别企业理财过程中出现的问题，找出解决办法，提供建议。</p> <p>4、书写沟通技能：分享信息和观点，有效地展示信息，包括：邮件和多媒体交流，文字和图表交流，口头表达和人际交流。</p> <p>5、管理和监督：针对性的制作计划、识别对内或对外的专业知识，对决策提供支持。</p>
	创新与自我发展能力	<p>能具备创新意识、创新思维以及创意思考能力，选择和安排在有限资源中的优先使用权的能力以及组织工作以适应紧张的期限的能力，具体表现为能在不明确的理财环境中，根据现有资源，创造性的选择最有利的方式来进行资本运营，实现理财目标。</p>
态度	社会责任与职业道德	<p>具备良好的思想品德和政治素质，具有高度的敬业精神；具有较强的自我控制能力和团队合作精神；培养良好的心理素质、维护公众利益、提高对社会责任的敏感度、正直诚实、独立客观、富有责任心、保密、遵守职业规范和法律法规。</p>
	人生与职业态度	<p>善于“发现未来，拥抱未来”，持续的发展和终生学习，珍惜学习机会，不断努力发挥潜能，获取更多的知识和技能，全面提升内在素质。</p>

三、课程设计

高职会计专业旨在培养职业型、实践型人才。因此,《财务管理》课程组以就业为导向,将相关工作过程进行系统化,对职业能力进行分析,以财务管理相关业务操作为载体,对典型工作任务分解,力图立足当地,构建纵横成网的教学内容体系,突出实践性、灵活性、时代性、行业性和地区性要求。

3.1 以应用为主旨,将内容项目化,问题任务化,技能情景化构建主体教学内容体系

本着对《财务管理》新课程标准的认识,在研究经典教材的基础上,课程组确定了该课程的教学重点和难点,主体教学内容体系如下表。

表 2 《财务管理》主体教学内容体系表

学习情境	学习子情境	课时
财务管理认知	财务管理总论	4
	资金时间价值▲ HP12C 的使用方法▲ 财务管理理念及方法在《企业会计准则》中的运用▲	16
	风险收益分析	4
★筹资管理	筹资规模管理	4
	筹资方式管理	4
	筹资成本管理	8
★投资管理	项目投资管理	10
	证券投资管理	7
★营运资金管理	现金管理	4
	应收账款管理	4
	存货管理	2
★收益分配管理	企业收益管理	2
	利润分配管理	3
合 计		72

3.2 对教材进行拓展与迁移,适时根据实际调整教学内容,增设“财务管理理念及方法在《企业会计准则》的运用”项目

与本科院校相比,高职的学生基础较为薄弱,针对此现状,本项目组开创性的在财务管理课程“财务管理价值观念”部分增加“财务管理理念及方法在《企业会计准则》的运用”

部分内容。以满足新会计准则所需财务管理价值观念的要求，又能满足相关课程教学实践规律的要求。

与此同时，需要充分开发和利用各种教育资源，包括网络、手机、IPAD 等智能终端中的新媒体、企业工作手册以及个人工作经验等，补充教材内缺乏的实践操作知识。只有不断更新和充实财务管理的教学内容，让学生掌握新知识、新技术、新方法，才能进一步符合实际工作的要求。

3.3 对接华经济文化合作试验区，增设知识内容具有地区性、关联性的专题系列

随着我市华侨实验区的逐渐建设，必将需要既要有国际化财务管理能力，又要有本土化的执行能力的财务人才。在这样的背景下，财务管理精品课程项目组以汕头设立华侨实验区为契机，以蓝墨云班课为微课平台，增设相关专题系列微课（见下表），以期为我市华侨实验区的建设培养具有跨国资本运营能力的财务人才。

表 3 对接华经济文化合作试验区特色专题模块

知识模块	对接华侨试验区专题
财务管理环境	专题 1 侨批局，中国进入国际金融市场的先行者——从民间金融侨批业看创新利用外资管理的途径
筹资管理模块	专题 2 如何利用侨资拓宽“双创”企业的融资渠道
	专题 3 华人华侨跨国公司筹资管理
	专题 4 利用侨资发展汕头融资租赁业的途径
投资管理模块	专题 5 华人华侨企业跨国直接投资分析
	专题 6 华人华侨企业资本的国际运作和组织管理
营运资金管理模块	专题 7 华人华侨跨国公司内部定价管理
	专题 8 华人华侨跨国公司内部资金转移管理

中国移动 21:55

财务管理 答案列表 智能标签

题目详情

到汕头老市区寻找汕头的金融历史，寻找侨批业的金融属性

春风十里，不如汕头老市区文化美食之旅
趁阳光正好，趁微风不燥，趁繁花还未开至荼蘼，来一场汕头老市区之旅吧

通过汕头老市区之旅，体会汕头源远流长的金融历史，结合我们所学知识，到侨批博物馆，到开埠博物馆，到西堤公园，寻找侨批的金融属性

要求：阅读课程资源库中相关资料并进一步查找相关资料回答以下问题：侨批的金融属性；侨批是否具有国际金融机构的特征；侨批的国际运营网络；侨批业运营的跨国特征；批业的运营过程与国际金融发展的关系。以上问题选择一个或若干个进行回答。
ps：把旅途中的美景美食以及你所寻找到的金融元素侨批素材图片都晒上来吧

李庆纯

批业的运营过程与国际金融发展的关系：几乎同步。据记载，第一代（12世纪至1840年）的批局与国际金融发展第一阶段，是以物款或黄金实体交易为主。

历经百年的风雨，依然巍峨、美丽，而且依然被使用着，没有一丝破旧的景象。

全部 63

中国移动 21:55

财务管理 作业/小组任务已结束

初包企业应该通过何种渠道融资？通过什么方式融资？

在新加坡我们经常看到某某公司被某个著名的天使投资人投资，A轮融资几百万，B轮融资几千万，某某企业IPO了，那个公司被并购了之类的消息。那么天使投资，A轮、B轮、C轮融资这些概念是什么意思呢？这些融资信息对我们又有什么作用呢？搜集相关资料，结合所学知识回答以下问题：

天使轮融资、A轮融资、B轮融资、C轮融资、D轮融资以及IPO的概念是什么？

创业公司处于哪个阶段可以使用以上哪一轮融资方式？

以上融资方式属于哪种融资方式（股权融资还是债务融资）？

这些融资方式的优缺点以及运用该融资方式应该注意什么问题？

如果你是创业者，正考虑天使轮融资，你应该注意什么？如何能够吸引天使投资人？

成员参与与评价情况 0人已评分 >

已提交 7组

小组 4 尚无评分 >

陈佳烁 方冬琪 何超冰 洪楷玲 谭海4

2017.04.26 10:43 提交

中国移动 21:55

财务管理 作业/小组任务已结束

总额约为6392家，其中：金融租赁试点企业占0.8%；为金融租赁试点企业占3.1%；外资租赁占96%。

初步核算，2016年，全国融资租赁企业注册资本2.19万亿元，同比增长44.7%。融资租赁企业融资租赁合同余额5.39万亿元，同比增长21.5%。

美国租赁业发展已有60余年，并且经历了两次行业周期，行业相对成熟，租赁产品多元化，整体渗透率约22%；但中国租赁业为“蓝海”只有10多年，整体渗透率远低于美国，还有很大发展空间。无论从租赁渗透率还是从租赁交易额与GDP的比重来看，中国的租赁市场与发达国家都存在差距。融资租赁这种特殊的融资方式对促进企业设备销售与技术更新具有巨大推动作用没有充分发挥出来。中国经济多年来以10%左右的增速快速发展，固定资产投资巨大，中国2016年GDP总量达到20.94万亿元，固定资产投资达10.99万亿元，其中制造业大量融资租赁业务发展机遇。同时，通过这几年融资租赁行业的高速发展，以动产为质押核心来提高行业资本利润率，推动实体经济进一步发展的内在价值也正在逐步体现。社会的需求将给融资租赁公司更高确定性和价值。

2014年国务院正式批复同意在汕头设立华侨经济文化合作试验区，大力发展跨境金融等产业，积极探索利用外资管理模式，加之当前汕头新一轮的快速发展，阅读以上背景资料，收集相关资料，结合所学知识，回答以下问题：

汕头发展融资租赁业的优势与机遇是什么？汕头如何利用本身的华侨资源引进外资发展融资租赁业？如何借助融资租赁业解决中小企业融资难的问题？如何借助融资租赁业来拓宽了企业融资渠道，缓解企业资金紧张的状况，促进实体经济转型升级。

中国移动 21:55

财务管理 作业/小组任务已结束

司，查找相关资料，回答以下问题：

股权激励计划的发布时间、方案进度、激励标的物、激励方式、激励总额。

通过此次作业理解解决股东与经营者之间冲突的激励方式。

已提交 63人

李庆纯 已评分 29分 >
1530704449
2017.03.01 20:43 提交

前妍 已评分 20分 >
1530704441
2017.02.28 00:24 提交

谢少玲 已评分 29分 >
1530704436
2017.02.27 19:13 提交

赖伟君 已评分 29分 >
1530704415
2017.02.27 18:43 提交

纪芸 已评分 29分 >
1530704414
2017.02.28 14:21 提交

李朝雪 已评分

3.4 教学过程设计

《财务管理》课程教学设计，课程组采用了“学习成果导向教练技术”教学模式展开教学，以明确的未来学习成果作为教学的基点，运用教练技术的焦点学习法帮助学生化繁为简，直入主题，摆脱繁杂信息干扰，集中于问题焦点，重点突破，迅速达成目标；运用教练技术的“浮冰”原理，挖掘学生的潜能使其获取更多的知识和技能，全面地提升学生的内在素质，以迎接新时代带来的挑战。

整个教学分成课前探索、课中实践、课后拓展，其中课中实践又分“教学目标”、“创设教学情境，导入任务”、“分析任务，运用教练技术，处理任务”、“总结评价、强化体验”、“反馈评价、延伸体验”四个环节展开。课前探索是学生自主学习、自主探究的学习过程，完成知识传递；课中是老师和学生共同解决问题的过程，实现知识内化和迁移；课后是学生巩固拓展、学以致用用的过程。

3.4.1 课前探索

课前探索是影响翻转课堂能否实施的关键，包括了学与测，一是学，学生要容易获取优质的学习资源，遇到问题能及时在线询问，并能自觉完成作业。二是测，老师只有全面了解学生课前自学情况后，才能有针对性设计课内教学内容和环节。

学生通过蓝墨云班课接收老师发送的学习任务单、学习资源，通过自学教学资源、微课视频完成自学任务。在学习过程中遇到问题，可以在“答疑讨论”中留言，老师及时进行答疑。完成自学后，学生及时完成蓝墨云班课中的调查问卷、测试题、思考题和作业任务。

老师通过蓝墨云班课的数据统计功能了解学生的调查问卷、测试题和作业任务完成情况，老师通过这些信息分析学生的学习情况，更准确地把握教学的重点、从而调整课堂教学。

3.4.2 课中实践

在“学习成果导向教练技术”教学模式下，课堂应包括创设情境、自主学习、交流讨论、答疑解惑、实践操作、汇报讨论、成果分享、点评与提升等环节。

（1）以学习成果为导向，明确教学目标，授人以“渔”亦授之以“欲”

（2）创设教学情境，导入任务

高职会计专业旨在培养职业型、实践型人才。这类人才实践能力的获得有赖于大量的经验性知识，而这些知识对工作情境具有依赖性，必须与一定的工作情境联系在一起。因此，《财务管理》课程组精心设计与工作实际符合程度高的项目，以图片、文字、PPT 或视频的形式上传至蓝墨云班课，将工作中的场景真实展现，让每个学生在深刻参与，深刻体验的同时，学习相关知识，在提高学生的学习兴趣、学习效率的同时授予其实践性知识。

（3）分析任务，运用教练技术，处理任务

在这一模块，教师要与学生建立平等、互动双向、互相信任的关系，协助学生清晰他们的目标，排除干扰，促使学生立即采取行动，激发学习兴趣与学习意愿，提高行动力。教学过程中，教师运用倾听、提问和提供反馈等教练技术（详见图 1），通过一系列有方向性、有策略性的教练过程，洞察学生的心智模式，引发学生智慧，激发学生自主学习，协助其分析任务，令学生有效处理任务。具体教学设计如下：

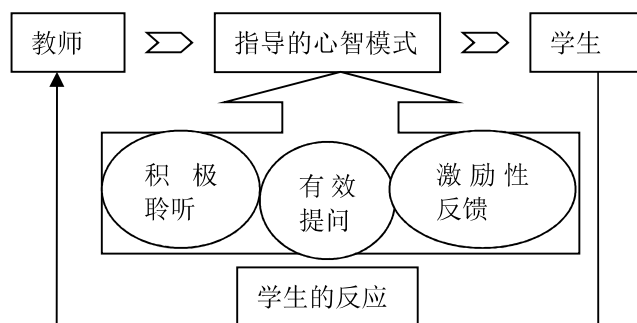


图 2：基于 OBC 的教学过程图

除了课堂上的互动式教学，本模还块要求学生在课堂之外，将文本、实物图、小组合作场景等上传至蓝墨云班课，在任务实施过程中学生如果遇到问题，可以通过微课、提问、答疑讨论、等得到帮助。

（4）总结领会、升华体验

活动一：技能考核。利用课程开发的实训电子平台，定项目、定时间、定考核点等，学生在线独立完成，系统自动进行评分和分析，某些特殊技能如 HP12C 的操作，要求学生拍摄视频，上传至蓝墨云班课，教师进行评价或学生之间进行互评。

活动二：理论测试。利用蓝墨云班课的测试功能，当堂测试，系统自动评分和分析。

活动三：知识梳理。老师可通过提问的形式（回忆本项目学习的知识和技能、遇到问题等）引导学生自己梳理本次学习知识并汇报，老师展示师生、生生互动交流内容（蓝墨云班课中保存答疑讨论内容），老师根据学生的测试和汇报进行总结，进一步加强学生对重点知识的掌握和理解。

（5）反馈评价、延伸体验

完成在线学习评价。师生在蓝墨云班课的作业任务模块中，进行教师评价、学生互评。通过评价，学生对自我的知识、技能、情感、态度和价值观有一个全面的认识。

3.4.3 课后拓展

（1）实训室应用。经管类实训室具备了“设备”多、易操作、项目多、教与学互动等特点，适合学生课外拓展学习。开放实验室拓展了学生的思维深度和广度，发展了学生的能力。

（2）校外实训基地。组织学生到校外实训基地参与实训活动。

四、课程内容与教学建议

表 4 学习情境设计

学习情境一：认识财务管理		学时:4
学习任务	任务 1：了解财务管理的含义和内容任务；2：熟悉财务管理的目标；任务 3：熟悉财务管理的环境；任务 4：基本了解财务管理的基本环节 地方特色延伸任务： 专题 1 侨批局，中国进入国际金融市场的先行者——从民间金融侨批业看创新利用外资管理的途径	

学习目标	学生通过本学习情境的学习，能够初步了解财务管理的基本理论，熟悉财务管理的环节及财务管理的环境；掌握财务管理的含义、内容、财务管理目标和财务管理的原则
学习内容	1.1 财务管理的内容；1.2 财务管理的目标；1.3 财务管理的原则；1.4 财务管理的环境
教学模式	翻转课堂、案例教学法、图解法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法等
学习过程	<p>1.1 财务管理的内容：（1 学时，翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>1.2 财务管理的目标：（1 学时，翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>1.3 财务管理的原则：（1 学时，翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>1.4 财务管理的环境：（1 学时，翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p>
教学条件	网中网、蓝墨云班课、多媒体教学设备、教学课件、视频教学资源、网络教学资源、教学案例、财经法规与制度
学习评价	<p>（1）学生掌握财务管理的基本理论，熟悉财务管理的环节及财务管理的环境；掌握财务管理的含义、内容、财务管理目标和财务管理原则的情况</p> <p>（2）基于蓝墨云班课，从学生的出勤情况、学习资源学习情况，视频资源学习情况、教学活动参与情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果（作品）、总结报告（报告的内容、态度、写作水平等）等评价项目进行综合评价，并形成评价图表。具体包括：</p> <p><u>课前探索分析考核</u>：课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。</p> <p><u>课堂即时考核</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；</p> <p><u>课后拓展训练结果统计总结</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；</p> <p><u>实时过程性评价</u>：学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；</p> <p><u>学习行为和习惯即时评价</u>：进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。</p>

	<p>(3) 评价方式:</p> <p>过程性评价: 提问、分组任务、案例分析、课堂测试、头脑风暴、课后作业、成果展示等;</p> <p>终结性评价: 闭卷考试——判断题、选择题、综合题</p>
<p>学习情境二: 财务管理的价值观念</p>	
	学时:20
学习任务	<p>任务 1: 掌握资金时间价值任务; 2: 熟悉投资风险价值; 任务 3 HP12C 的使用方法▲; 任务 4: 财务管理理念及方法在《企业会计准则》中的运用▲</p> <p>技能训练任务一: 熟练掌握 HP12C 的操作方法</p>
学习目标	<p>学生通过本学习情境的学习, 能够正确理解时间价值和风险价值的实质和应用的必要性; 能够运用 HP12C 准确计算时间价值并应用其进行相关决策; 能够运用财务管理的价值理念及方法解决会计中相应的问题; 掌握风险衡量指标计算及应用。</p>
学习内容	<p>2.1 资金时间价值的计算及应用; 2.2 风险价值的衡量与应用; 2.3 HP12C 的使用方法▲; 2.4 财务管理理念及方法在《企业会计准则》中的运用▲</p>
教学模式	<p>翻转课堂、案例教学法、图解法、学习成果导向教练技术 (Outcome-based Coach, 以下简称为 OBC)、团队研究式学习法等</p>
学习过程	<p>2.1 资金时间价值的计算及应用; (12 学时, 翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术 (Outcome-based Coach, 以下简称为 OBC)、团队研究式学习法)</p> <p>2.2 风险价值的衡量与应用; (4 学时, 翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术 (Outcome-based Coach, 以下简称为 OBC)、团队研究式学习法)</p> <p>2.3 HP12C 的使用方法▲; (2 学时, 翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术 (Outcome-based Coach, 以下简称为 OBC)、团队研究式学习法)</p> <p>2.4 财务管理理念及方法在《企业会计准则》中的运用▲; (2 学时, 翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术 (Outcome-based Coach, 以下简称为 OBC)、团队研究式学习法)</p>
教学条件	<p>网中网、蓝墨云班课、HP12C、多媒体教学设备、教学课件、视频教学资料、网络教学资源、教学案例、财经法规与制度</p>
学习评价	<p>(1) 学生掌握时间价值和风险价值的实质和应用的必要性; 能够运用 HP12C 准确计算时间价值并应用其进行相关决策; 能够运用财务管理的价值理念及方法解决会计中相应的问题; 掌握风险衡量指标计算及应用的情况</p> <p>(2) 基于蓝墨云班课, 从学生的出勤情况、学习资源学习情况, 视频资源学习情况、教学活动参与情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果 (作品)、总结报告 (报告的内容、态度、写作水平等) 等评价项目进行综合评价, 并形成评价图表。具体包括:</p>

	<p><u>课前探索分析考核</u>：课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。</p> <p><u>课堂即时考核</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；</p> <p><u>课后拓展训练结果统计总结</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；</p> <p>实时过程性评价：学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；</p> <p><u>学习行为和习惯即时评价</u>：进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。</p> <p>(3) 评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组任务、案例分析、课堂测试、头脑风暴、课后作业、成果展示等；</p> <p>终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、综合题</p>
<p>学习情境三：筹资管理</p>	
<p>学时:8</p>	
学习任务	<p>任务 1：了解企业筹资概述；任务 2：掌握资金需要量的预测；任务 3：掌握权益资金的筹集；任务 4：掌握负债资金的筹集；</p> <p>技能训练任务二：运用 HP12C 进行资金需求量预测</p> <p>地方特色延伸任务：专题 2 如何利用侨资拓宽“双创”企业的融资渠道专题；3 华人华侨跨国公司筹资管理专题；4 利用侨资发展汕头融资租赁业的途径。</p>
学习目标	<p>学生通过本学习情境的学习，能够掌握债券发行价格的确定；掌握直接投资、普通股、优先股等权益性筹资的方式及其优缺点；掌握长期借款、债券等长期负债筹资的方式的基本概念及其优缺点；掌握短期借款、商业信用等短期负债筹资的方式的含义及其优缺点；了解筹资渠道与方式，筹资的基本原则。</p>
学习内容	<p>3.1 企业筹资概述；3.2 掌握资金需要量的预测；3.3 权益资金的筹集；3.4 负债资金的筹集。</p>
教学模式	<p>翻转课堂、案例教学法、图解法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法等</p>
学习过程	<p>3.1 企业筹资概述；（1 学时，翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>3.2 掌握资金需要量的预测；（3 学时，翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>3.3 权益资金的筹集；（2 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>3.4 负债资金的筹集；（2 学时，翻转课堂、案例教学法、学习</p>

	成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称 OBC）、团队研究式学习法）
教学条件	网中网、蓝墨云班课、HP12C、多媒体教学设备、教学课件、视频教学资料、网络教学资源、教学案例、财经法规与制度
学习评价	<p>（1）学生掌握债券发行价格的确定；掌握直接投资、普通股、优先股等权益性筹资的方式及其优缺点；掌握长期借款、债券等长期负债筹资的方式的基本概念及其优缺点；掌握短期借款、商业信用等短期负债筹资的方式的含义及其优缺点；了解筹资渠道与方式，筹资的基本原则的情况</p> <p>（2）基于蓝墨云班课，从学生的出勤情况、学习资源学习情况，视频资源学习情况、教学活动参与情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果（作品）、总结报告（报告的内容、态度、写作水平等）等评价项目进行综合评价，并形成评价图表。具体包括：</p> <p> <u>课前探索分析考核</u>：课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。</p> <p> <u>课堂即时考核</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；</p> <p> <u>课后拓展训练结果统计总结</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；</p> <p> <u>实时过程性评价</u>：学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；</p> <p> <u>学习行为和习惯即时评价</u>：进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。</p> <p>（3）评价方式：</p> <p> 过程性评价：提问、分组任务、案例分析、课堂测试、头脑风暴、课后作业、成果展示等；</p> <p> 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、综合题</p>
<div> <div>学习情境四：资金成本和资本结构</div> <div>学时:8</div> </div>	
学习任务	任务 1：熟悉资金成本的内容；任务 2：重点掌握杠杆原理；任务 3：掌握资本结构 技能训练任务三：运用 HP12C 计算资金成本和资本结构
学习目标	学生通过本学习情境的学习，能够熟练计算各种筹资方式的资本成本，进行合理筹资决策；掌握加权平均资本成本的计算方法；掌握经营杠杆、财务杠杆和复合杠杆的计量方法与决策；掌握最佳资本结构的确定方法。
学习内容	4.1 资本成本；4.2 杠杆原理；4.3 资本结构。

教学模式	翻转课堂、案例教学法、图解法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法等	
学习过程	<p>4.1 资本成本；（4 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>4.2 杠杆原理；（2 学时，翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>4.3 资本结构；（2 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p>	
教学条件	网中网、蓝墨云班课、HP12C、多媒体教学设备、教学课件、视频教学资料、网络教学资源、教学案例、财经法规与制度	
学习评价	<p>（1）学生熟练计算各种筹资方式的资本成本，进行合理筹资决策；掌握加权平均资本成本的计算方法；掌握经营杠杆、财务杠杆和复合杠杆的计量方法与决策；掌握最佳资本结构的确定方法的情况</p> <p>（2）基于蓝墨云班课，从学生的出勤情况、学习资源学习情况，视频资源学习情况、教学活动参与情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果（作品）、总结报告（报告的内容、态度、写作水平等）等评价项目进行综合评价，并形成评价图表。具体包括：</p> <p><u>课前探索分析考核</u>：课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。</p> <p><u>课堂即时考核</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；</p> <p><u>课后拓展训练结果统计总结</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；</p> <p><u>实时过程性评价</u>：学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；</p> <p><u>学习行为和习惯即时评价</u>：进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。</p> <p>（3）评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组任务、案例分析、课堂测试、头脑风暴、课后作业、成果展示等；</p> <p>终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、综合题</p>	
学习情境五：项目投资管理		学时:10

学习任务	<p>任务 1：了解对内投资的概述；任务 2：掌握现金流量的有关核算；任务 3：掌握项目投资财务评价指标及计算</p> <p>技能训练任务四：运用 HP12C 对内项目投资管理案例进行计算分析</p> <p>地方特色延伸任务：专题 5 华人华侨企业跨国直接投资分析；专题 6 华人华侨企业资本的国际运作和组织管理</p>
学习目标	<p>学生通过本学习情境的学习，能够确定项目投资计算期与投资金额；能够对投资项目现金流量进行分析，准确计算现金净流量；能够熟练计算和分析各种贴现指标和非贴现指标；能够熟练应用各种贴现指标和非贴现指标进行项目投资决策。</p>
学习内容	<p>5.1 项目投资的背景知识；5.2 项目投资的现金流量分析；5.3 投资项目评价的基本方法；5.4 项目投资评价方法的应用</p>
教学模式	<p>翻转课堂、案例教学法、图解法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法等</p>
学习过程	<p>5.1 项目投资的背景知识；（1 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>5.2 项目投资的现金流量分析；（1 学时，翻转课堂、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>5.3 投资项目评价的基本方法；（4 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>5.4 项目投资评价方法的应用；（4 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p>
教学条件	<p>网中网、蓝墨云班课、HP12C、多媒体教学设备、教学课件、视频教学资料、网络教学资源、教学案例、财经法规与制度</p>
学习评价	<p>（1）学生掌握确定项目投资计算期与投资金额的方法；能够对投资项目现金流量进行分析，准确计算现金净流量；能够熟练计算和分析各种贴现指标和非贴现指标；能够熟练应用各种贴现指标和非贴现指标进行项目投资决策的情况</p> <p>（2）基于蓝墨云班课，从学生的出勤情况、学习资源学习情况，视频资源学习情况、教学活动参与情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果（作品）、总结报告（报告的内容、态度、写作水平等）等评价项目进行综合评价，并形成评价图表。具体包括：</p> <p><u>课前探索分析考核：</u>课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。</p> <p><u>课堂即时考核：</u>教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；</p> <p><u>课后拓展训练结果统计总结：</u>教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；</p>

	<p>实时过程性评价：学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；</p> <p>学习行为和习惯即时评价：进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。</p> <p>（3）评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组任务、案例分析、课堂测试、头脑风暴、课后作业、成果展示等；</p> <p>终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、综合题</p>	
学习情境六：证券投资管理		学时:7
学习任务	<p>任务 1：了解证券投资概述；任务 2：掌握债券投资管理；任务 3：掌握股票投资相关知识</p> <p>技能训练任务五：运用 HP12C 对证券投资案例进行计算分析</p> <p>地方特色延伸任务：专题 7 华人华侨跨国公司内部定价管理；专题 8 华人华侨跨国公司内部资金转移管理</p>	
学习目标	<p>学生通过本学习情境的学习，能够掌握债券投资的收益评价和风险分析的基本技能；掌握股票估价的基本技能；掌握证券投资组合的收益与风险的确定方法，熟练应用证券投资组合策略与方法进行证券组合和选择。</p>	
学习内容	<p>6.1 证券投资概述；6.2 债券投资管理；6.3 股票投资管理；</p>	
教学模式	<p>翻转课堂、案例教学法、图解法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法等</p>	
学习过程	<p>6.1 证券投资概述：（1 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>6.2 债券投资管理：（3 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>6.3 股票投资管理：（3 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p>	
教学条件	<p>网中网、蓝墨云班课、HP12C、多媒体教学设备、教学课件、视频教学资料、网络教学资源、教学案例、财经法规与制度</p>	
学习评价	<p>（1）学生掌握债券投资的收益评价和风险分析的基本技能；掌握股票估价的基本技能；掌握证券投资组合的收益与风险的确定方法，熟练应用证券投资组合策略与方法进行证券组合和选择的情况</p> <p>（2）基于蓝墨云班课，从学生的出勤情况、学习资源学习情况，视频资源学习情况、教学活动参与情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析</p>	

	<p>问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果（作品）、总结报告（报告的内容、态度、写作水平等）等评价项目进行综合评价，并形成评价图表。具体包括：</p> <p><u>课前探索分析考核</u>：课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。</p> <p><u>课堂即时考核</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；</p> <p><u>课后拓展训练结果统计总结</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；</p> <p><u>实时过程性评价</u>：学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；</p> <p><u>学习行为和习惯即时评价</u>：进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。</p> <p>（3）评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组任务、案例分析、课堂测试、头脑风暴、课后作业、成果展示等；</p> <p>终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、综合题</p>
<p>学习情境七：营运资金的管理 学时:10</p>	
学习任务	<p>任务 1：了解营运资金管理概述；任务 2：掌握现金管理的有关知识；任务 3：重点掌握应收账款的管理；任务 4：重点掌握存货管理的有关知识；</p> <p>技能训练任务六：运用 HP12C 对营运资金管理案例进行计算分析</p>
学习目标	<p>学生通过本学习情境的学习，能熟练运用计算的最佳现金持有量指标；企业信用政策决策方法；运用应收账款、存货管理指标。解决企业在涉及营运资本的管理方面的实际问题。</p>
学习内容	<p>7.1 营运资金管理认知；7.2 现金和有价证券管理；7.3 应收账款的管理；7.4 存货的管理</p>
教学模式	<p>翻转课堂、案例教学法、图解法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法等</p>
学习过程	<p>7.1 营运资金管理概述；（1 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>7.2 现金和有价证券管理；（2 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>7.3 应收账款的管理；（3 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>7.4 存货的管理；（4 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、</p>

	团队研究式学习法)	
教学条件	网中网、蓝墨云班课、HP12C、多媒体教学设备、教学课件、视频教学资料、网络教学资源、教学案例、财经法规与制度	
学习评价	<p>(1) 学生熟练运用计算的最佳现金持有量指标；企业信用政策决策方法；运用应收账款、存货管理指标。解决企业在涉及营运资本的管理方面的实际问题的情况</p> <p>(2) 基于蓝墨云班课，从学生的出勤情况、学习资源学习情况，视频资源学习情况、教学活动参与情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果（作品）、总结报告（报告的内容、态度、写作水平等）等评价项目进行综合评价，并形成评价图表。具体包括：</p> <p><u>课前探索分析考核</u>：课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。</p> <p><u>课堂即时考核</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；</p> <p><u>课后拓展训练结果统计总结</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；</p> <p>实时过程性评价：学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；</p> <p><u>学习行为和习惯即时评价</u>：进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。</p> <p>(3) 评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组任务、案例分析、课堂测试、头脑风暴、课后作业、成果展示等；</p> <p>终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、综合题</p>	
学习情境八：利润分配管理		学时:5
学习任务	<p>任务 1：熟悉收益分配原则；任务 2：了解和熟悉股利政策；任务 3：熟悉收益分配程序和形式</p> <p>技能训练任务七：运用 HP12C 对收益管理案例进行计算分析</p>	
学习目标	学生通过本学习情境的学习，能够熟悉利润分配的顺序；掌握企业的股利政策的基本类型；掌握企业股利分配程序及方案；掌握股票股利、股票分割、股票回购的概念和特点。	
学习内容	8.1 利润分配的基本知识；8.2 股利政策；8.3 股票股利、股票分割和股票回购	
教学模式	翻转课堂、案例教学法、图解法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法等	
学习过程	8.1 利润分配的基本知识；（1 学时，翻转课堂、演示法、案例	

	<p>教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>8.2 股利政策：（1 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p> <p>8.3 股票股利、股票分割和股票回购：（3 学时，翻转课堂、演示法、案例教学法、学习成果导向教练技术（Outcome-based Coach，以下简称为 OBC）、团队研究式学习法）</p>
教学条件	网中网、蓝墨云班课、HP12C、多媒体教学设备、教学课件、视频教学资料、网络教学资源、教学案例、财经法规与制度
学习评价	<p>（1）学生熟悉利润分配的顺序；掌握企业的股利政策的基本类型；掌握企业股利分配程序及方案；掌握股票股利、股票分割、股票回购的概念和特点的情况</p> <p>（2）基于蓝墨云班课，从学生的出勤情况、学习资源学习情况，视频资源学习情况、教学活动参与情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度、成果（作品）、总结报告（报告的内容、态度、写作水平等）等评价项目进行综合评价，并形成评价图表。具体包括：</p> <p><u>课前探索分析考核</u>：课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。</p> <p><u>课堂即时考核</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；</p> <p><u>课后拓展训练结果统计总结</u>：教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；</p> <p><u>实时过程性评价</u>：学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；</p> <p><u>学习行为和习惯即时评价</u>：进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。</p> <p>（3）评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组任务、案例分析、课堂测试、头脑风暴、课后作业、成果展示等；</p> <p>终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、综合题</p>

五、课程考核建议

1.考核方式

本课程平时考核占总成绩 40%，期末考核各占总成绩 60%，具体如下：

学生在学期间、学期中与学期末对课程活动进行形成性及总结性学习回馈，以了解课程核心能力培育的成效，并回馈给授课老师作为课程改善的依据。同时可依据学习回馈的情况，调整课程内容、教学资源以及教学方法。具体包括以下几部分：

(1) 课前探索分析考核

课前，教师对课前探索阶段的考核结果进行分析，更准确地把握教学的重难点、从而调整课堂教学方案。

(2) 课堂即时考核

教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课堂中组织的各个教学活动进行考核分析；

(3) 课后拓展训练结果统计总结

教师运用蓝墨云班课的数据统计功能，对课后作业与测试题进行考核分析；

(4) 实时过程性评价

学生在蓝墨云班课上每一次学习或参与活动都能获取经验值，实现对学生学习轨迹的记录和跟踪，并能自动生成分析统计结果，实现老师对学生的过程性的评价；

(5) 学习行为和习惯即时评价

进入教师班课界面，摇一摇手机即可唤醒“小墨”。“小墨”能够为班课教师汇报它在班课里观察到的各种教学情报，提示甚至预警教师关注某些学生学习行为，发现教学规律、辅助教师的教学决策。

课程结束后，将以核心能力为基础，组织闭卷考试

课程结束后，将以核心能力为基础，分别以学生、毕业生、及雇主为调查对象，了解课程的实施情况、毕业生经过在校学习所获得的各项能力的概况以及雇主对毕业生的满意度。并将问卷分析结果回馈到课程的设计及教师的教学设计，进而修订完善，以保证教学改革持续改进。

2. 考核标准

以国际会计师联合会（EFAC）颁布的国际教育准则（IES）1-8号文件为蓝本，借鉴国内外关于学习成果导向教改实施的经验，构建了财会专业学生能力图谱。以此为基础构建财务管理课程考核标准（具体见表1），并首次将其应用到财务管理课程的建设当中，以重新审视学生在学习结束后所真正拥有的能力。



李佳冰

1530704517 | 17817931685

[学习报告](#)

[经验值明细](#)

[设置角色](#)

[移出班级](#)

经验值 **550**



■ 参与活动 89.09%
■ 查看资源 10.55%
■ 课堂出勤 0.36%

云教材学习 **0%**



云教材学习 0%
共计学习 0 小时

活动参与详情



已参与 55 项
当前有效 67 项

资源查看详情



已查看 23 个
当前发布 23 个

课堂出勤详情



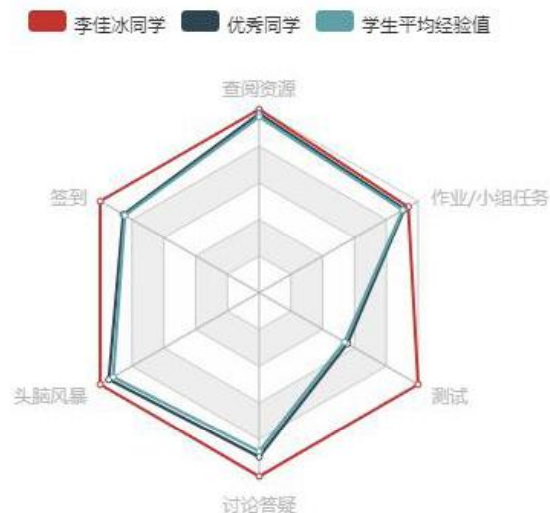
已出勤 1 次
当前有效 1 次

李佳冰同学经验值报表



注：周增长经验值是学生每周相比上一周增长的经验值，周发布经验值是每周发布的资源和获取的经验值（不包括兑换经验值和课堂表现经验值），学生经验值是学生总经验值的占比。

李佳冰同学经验值对比



六、学习资源建议

6.1 选用教材

按照规定选用了由西北工业大学出版社出版的高职高专专用教材《财务管理实务》。本教材增加了许多贴近财务管理实践活动的基本技能，并提供了大量的“案例素材”和“技能训练”，有利于培养学生的学习兴趣和自学能力，同时也为教师提供了大量教案素材和教学思路。

6.2 教学环境

目前已经建成手工会计模拟实训室、会计软件教学实训室和用友ERP沙盘模拟实训室，已购入网中网教学系统，这为课程的建设提供了有力的组织依托和资源基础。

此外，会计专业还与多家会计师事务所及企事业单位建立了校外实训基地关系。利用这些校外实训基地的资源，可使学生在真实的财务活动中去理解业务，熟悉真实的财务决策是如何形成的，为学生毕业后尽快适应财务管理岗位的要求打好基础。

6.3 教学资源建设

将本课程相关教学资源如电子教案、网络课件、实训指导、作业习题、授课录像、参考文献目录等在“考试酷”及“蓝墨云班课”等网络平台上公布，实现共享，延拓教学时空的维度。教学资源包括内容载体(教学大纲、实训大纲、纸介质主教材、实训指导、电子教案、网络课程、微课)，教学环境(多媒体教室、企业及金融市场、Internet、智能即时通讯APP、流媒体资源)，辅助教具(黑板、投影、电脑、智能手机、IPAD等智能移动终端)和教学资源(企业财务通则、企业实例库、财务数据库、财经网站、试题库)等要素。可以利用现代教育技术高效、便捷地采集流媒体格式，在线访问课程录像资料。学生可以通过蓝墨云

班课交流平台、智能手机、IPAD 等移动智能终端来进行交流，师生交流、生生交流等，把自己的经验、困难等在平台上表达、交流。





七、编制依据

该课程标准是依据会计专业教学标准以及会计专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《税务会计》

适用专业： 会计专业

编制单位： 会计专业教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0701730B	黄婷婷	2019.4.23				

《税务会计》课程标准

课程名称：税务会计

课程类型：专业必修课

学时学分：72 学时

开设学期：四学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是会计专业的专业必修课程。

（二）课程任务

本课程主要针对税务会计、财务会计岗位开设，使学生明确认识企业纳税工作基本流程，掌握企业主要纳税种类的税额计算，企业各种发票的领取、使用和保管，进行企业涉税的纳税申报和基本会计处理。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《基础会计》、《财务会计》课程，后续课程有《管理会计》课程。

二、课程目标

本课程着重培养了学生的创新思维能力和会计实践能力，以职业能力需求为切入点，对传统会计教学优化整合，同时又不打破职业体系，把应知应会知识点和能力要素落实到课程中，建立突出职业能力培养的课程标准，注重会计职业道德的培养，规范课程教学的基本要求，注意本课程与相关课程的关系，突出实践能力培养，突出职业能力培养，体现基于职业岗位分析和具体工作过程的课程设计理念，使学生能正确分析和解决企业税务会计一般问题的能力，以便较好地适应从事企业日常财务会计工作需要。

1、岗位能力目标：

- (1) 会办理企业税务登记、发票领购工作。
- (2) 能根据企业的类型和业务种类判断应纳的税种。
- (3) 能正确计算相关税费应纳金额并进行相关的会计处理。
- (4) 会使用各类发票、填制涉税文书、进行网上申报。
- (5) 会组织数据的汇总与分析，开展简单的纳税筹划工作。
- (6) 会与税务、工商、外汇、银行等机构协商，处理一般的税务事项。

2、素质目标：

- (1) 具有团队精神和协作精神；
- (2) 具有依法节税的意识；
- (3) 具有严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德

三、课程设计

本课程采用“每个税种为一个项目”为载体的教学模式，以实用、够用为原则，以企业主要的6个涉税税种项目作为学习情境；紧紧围绕完成纳税申报的需要来选择课程内容；变知识本位为能力本位，以项目任务与职业能力分析为依据，设定岗位职业能力培养目标；变书本知识的传授为实际操作技术与能力的培养，以主要税种纳税申报典型案例为载体，培养学生的实践动手能力。

本课程采取行动导向（项目教学）教学模式，以学生为主体，以主要税种纳税申报的过程为导向组织教学及考核。

表 1 课程总体设计

课程名称		计划总学时：
税务登记	开业、变更、注销税务登记	4
增值税会计	税款计算、纳税申报、会计核算、出口退税的处理	16
消费税会计	税款计算、纳税申报、会计核算、出口退税的处理	12
关税会计	税款计算与缴纳、会计核算	6

企业所得税会计	税款计算、纳税申报、会计核算	10
个人所得税会计	税款计算、代扣代缴、会计核算	10
其他税	房产税、城镇土地使用税、车船税、印花税、城市维护建设税的计算申报与核算	10
主要税种纳税筹划	纳税筹划基础知识、增值税纳税筹划、企业所得税纳税筹划	4

四、课程内容与教学建议

增值税会计学习情境的实施设计。根据课程目标和涵盖的工作任务要求，按学习项目顺序描述课程内容及具体要求，说明学生应获得的知识、培养的能力与素质。

表 2 学习情境设计

学习情境二：增值税会计		学时:16
学习任务	1、增值税税款计算 2、增值税纳税申报 3、增值税会计核算 4、增值税出口退税的处理	
学习目标	1、能根据不同行业的业务情况来判断哪些项目应征收增值税，以及各行业业务行为适用何种税率，特别是要跟进最新税率政策的调整 2、能根据业务资料计算应纳增值税额（含一般纳税人和小规模纳税人） 3、会根据业务资料填制增值税纳税申报表并进行增值税网上申报（含一般纳税人和小规模纳税人） 4、能根据业务资料进行增值税的涉税会计业务处理（含一般纳税人和小规模纳税人） 5、能用“免、抵、退”方法计算增值税应免抵和应退的税额	
学习内容	1、增值税的概念、发展历程、基本要素、征收范围、各行业的税率和征收率 2、增值税销项税额和进项税额的计算，以及应纳税额的计算 3、增值税纳税申报表的填制 4、一般销售行为和特殊销售行为的税务处理 5、增值税出口退税实务	
教学模式	行动导向（项目教学）	
学习过程	1、课前要求学生收集增值税普通发票，课上通过展示不同类型的发票图片，引导学生思考增值税专业发票和普通发票的区别进而了解增值税的概念、基本要素，并编制一般纳税人增值税专业发票，以及小规模纳税人自行开具	

	<p>增值税专用发票包括住宿业，鉴证咨询业，建筑业，工业，信息传输、软件和信息技术服务业，租赁和商务服务业，科学研究和技术服务业，居民服务、修理和其他服务业。(2 学时)</p> <p>2、通过案例引入学生思考增值税销项税额的计算，并提出销项税额中一般销售方式向销售额的确定以及销项税额的计算公式。(2 学时)</p> <p>3、请学生课前留意双十一或购物节的商场、超市和淘宝网站与平时有何不同，引入特殊销售方式下销售额的确定、销项税额的计算和不同方式下的税务会计处理，采用案例分析和网中网系统实务操作相结合的教学方法，其中案例分析可让学生进行小组讨论方式，实务操作要求学生独立完成。(3 学时)</p> <p>4、通过展示增值税专用发票抵扣联图片，引入进项税额的内容，要学生分清准予抵扣和不准予抵扣进行税额的相关内容，提出一般纳税人增值税应纳税额的计算思路，结合网中网系统中的业务题进行实训练习，并思考小规模纳税人增值税的计算。(3 学时)</p> <p>5、讲授小规模纳税人增值税计算，通过案例分析，让学生填制小规模纳税人纳税申报表，再引申一般纳税人的纳税申请，介绍一般纳税人纳税申报表附表（一至四），并让学生学会登记“应交税费-应交增值税”专用明细账。(3 学时)</p> <p>6、从如何提高该企业出口商品市场竞争力方面导入出口退税的基本政策，通过具体案例，重点讲授出口货物增值税出口退税额的计算和出口退税业务的会计核算，结合会计处理进行分析，要求学生通过理解来掌握。(3 学时)</p>
教学条件	会计实训室、仿真实训软件、网上实训系统包括网上纳税申报系统和数据采集系统
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1、能判断哪些项目应征收增值税，适用何种税率</p> <p>2、能根据业务资料计算应纳增值税额（含一般纳税人和小规模纳税人）</p> <p>3、会根据业务资料填制增值税纳税申报表并进行增值税网上申报（含一般纳税人和小规模纳税人）</p> <p>4、能根据业务资料进行增值税的涉税会计业务处理（含一般纳税人和小规模纳税人）</p> <p>5、能用“免、抵、退”方法计算增值税应免抵和应退的税额</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等；</p> <p>2. 终结性评价：机考——上机操作；</p>

五、课程考核建议

1. 考核方式

建立平日考评与期末考评相结合的方法，强调平日考评的重要性。平日考评占 30%，期末考评占 70%。具体考核要求见下表：

考评 方式	平日考评（项目考评）		期末考评 （机考）
	素质考评	实训操作考评	
	10 分	20 分	70 分
考评 实施	按照上课回答问题、 上课听讲情况给予评 级	实训系统对提交的实训作业 进行评分，并作显示错误区 域	期末在实训系 统中选择重点 题目进行考试

2. 考核标准

考核标准应与本专业学生处理日常财务会计工作的职业能力和税务会计岗位的上岗条件相结合。

六、学习资源建议

（1）教材资料

《税务会计》，梁文涛主编，北京交通大学出版社，2017 年版；

《税费计算与申报》，陈锬主编，西北工业大学出版社，2018 年版；

（2）网络资源：

网中网实训系统

七、编制依据

该课程标准是依据会计专业教学标准以及 2019 年会计专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《建筑工程项目管理》

适用专业： 建设工程管理专业

编制单位： 建筑工程管理教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0700920B	林灵	2019.04				

《建筑工程项目管理》课程标准

课程名称：建筑工程项目管理

课程类型：专业核心课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：第三学年第五学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是建设工程管理专业的核心课程；是必修课程。

（二）课程任务

主要针对预算员、合同管理员、招标员、投标员、建造员、监理员、施工员、测量员、质检员、安全员、资料员、BIM 技术专员等岗位开设。主要任务是：帮助学生系统地了解、熟悉和掌握建筑工程项目管理的基本内容、基本程序和基本方法，掌握建筑工程项目从招投标开始到竣工保修阶段全过程中各阶段的管理实施方案，为未来从事建设工程项目管理打下必要基础。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有招投标与合同管理实务、建筑构造与识图、建筑与装饰材料、建筑结构基础与识图、建筑经济、建筑施工工艺、建筑施工组织、建筑工程计量与计价等专业课程。后续课程：毕业实习。

二、课程目标

课程总目标：培养和通过学生的实践能力为目标，使学生在具备扎实理论知识的基础上，系统全面地掌握建筑工程项目管理知识，具有一定的研究、分析、解决工程项目建筑全过程管理中有关实际问题的素质与能力。

课程子目标：

（一）专业能力

1. 能根据建筑工程项目管理规划的基本理论，能够根据项目管理规范要求实施建筑工程项目管理；
2. 会应用工程项目全面质量管理的基本方法，初步基本工程项目质量、安全和文明施工的管理能力，能够整理工程竣工验收文件和工程备案资料，会签订工程保修合同。
3. 熟悉风险管理和资料管理的基本内容和基本方法，具备资料员的基本素质和应用计算机软件进行建筑工程项目管理的能力。
4. 掌握进度控制的各种措施，会绘制和优化一般的横道图计划和网络计划。

（二）职业能力

1. 具有助理项目管理师和施工员的能力。
2. 具有质量员和安全员的能力
3. 具有造价员和资料员的能力

（三）社会能力

1. 具有良好的敬业精神和职业道德
2. 具有一定的计划、组织和协调能力
3. 团队意识和一定的人际沟通能力
4. 具有实际动手操作能力

三、课程设计

本课程以建筑工程项目管理任务为载体，以就业为导向，以工程项目管理岗位为核心，以工程项目管理相关业务操作为主体，以项目案例的讨论分析展开教学内容，让学生在完成具体项目的过程中构建相关理论知识，并发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，通过沙盘实训强化学生对理论知识的了解与掌握。课程教学紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，并融合了相关职业资格证书对知识和技能的要求。

本课程采取行动导向（项目教学）教学模式，以学生为主体，以建筑工程项目管理任务为导向组织教学及考核。

表 1 课程总体设计

课程名称	建筑工程项目管理	计划总学时：72		
项目模块序号	项目模块名称	学 时		
		理论	实践	合计
学习情境一	建筑工程项目管理组织	4	2	6
学习情境二	建筑工程项目进度管理	8	4	12
学习情境三	建筑工程项目质量管理	7	2	9
学习情境四	建筑工程项目成本管理	6	2	8
学习情境五	建筑工程项目职业健康安全、环境管理	4	2	6
学习情境六	建筑工程项目合同管理	6	4	10
学习情境七	建筑工程项目风险管理	1	1	2
学习情境八	建筑工程项目收尾管理	2	1	3
学习情景九	建筑工程项目沙盘实训	0	16	16
合 计		36	36	72

四、课程内容与教学建议

表 2 学习情境设计

学习情境一：建筑工程项目管理组织		学时:6
学习任务	根据项目特征选择项目管理组织形式； 努力做好项目团队建设	
学习目标	1. 掌握组织的基本知识； 2. 掌握施工项目管理组织的相关知识； 3. 了解项目管理组织的各项职能； 4. 理解并掌握项目管理的各种组织形式及每种形式的特点和适用范围； 5. 着重理解并掌握项目管理机构的相关模式及每种模式下的特征、适用范围； 6. 理解各种组织模式的设置原则； 7. 理解项目经理责任制的相关知识点。	

学习内容	1. 项目组织及施工项目管理组织各方面的基础知识; 2. 项目管理组织的每种形式,理解掌握其中一些常用形式的特点及适用范围; 3. 项目管理机构的模式,理解掌握目前建筑行业常用的的几种管理模式及这几种模式的优缺点和适用范围; 4. 以上模式的设置目的和设置原则; 5. 项目经理责任制的相关知识点。
教学模式	1. 案例引入教学法 本情境教学开始引入工程案例或实例,引出课程重点 2. 过程互动教学法 教学过程中使学生积极回答或做实训题 3. 分阶段总结教学法 内容的讲解和实训中,不断总结,强调重点和难点及能力需求的描述 4. 学、做、考教学法。
学习过程	1. 理论学习(4 学时) 2. 实践(2 学时)
教学条件	项目管理规范、建设项目工程总承包管理规范、教科书、参考教材、教学课件、黑板、相应案例
学习评价	(1) 理论知识考核、实践知识考核、技能考核占 60%;考勤、课堂表现、作业、参与课程建设程度 40% (2) 评价方式: 过程性评价:提问、分组讨论、案例分析、课后作业等; 闭卷考试——判断题、选择题、分析题。

学习情境二: 建筑工程项目进度管理		学时:10
学习任务	编制单位工程施工进度计划;应用横道图、S 形曲线、香蕉曲线、前锋线等方法进行施工项目进度的比较;进行施工项目进度控制	
学习目标	1. 能够制定进度管理目标,并可按项目实施过程、专业、阶段或实施周期进行分解。2. 制定项目进度计划,包括控制性进度计划和作业性进度计划。3. 要完成横道计划、网络计划和施工平面图。4. 可进行进度计划交底,落实责任。5. 制定进度计划实施措施。5. 进度计划检查应按统计周期的规定进行定期检查,并应根据需要进行不定期检查。6. 进度计划检查后能够编制进度报告。7. 掌握进度计划的调整方法和内容。8. 可编写项目管理规划大纲和实施规划。	
学习内容	1. 项目进度管理制度是企业管理体系的一部分,学习制定任务分工表和职能分工表,并明确各自的职责。2. 学习项目目标可根据需要确定年、季、月、旬目标,里程碑事件目标等。3. 学习控制性计划和作业性计划的构成要素,制定项目进度	

	计划。4. 确定施工段、施工过程、流水节拍、流水步距和工期，绘制横道计划和网络计划。5. 进度计划执行者制定实施计划措施，跟踪检查，收集实际进度数据，做好进度计划交底。6. 进度计划的检查和调整方法。7. 进度计划检查后根据实际进度与计划进度资料，学习进度报告的编制。8. 根据工程量、工程起止时间、工作关系、资源提供等资料进行进度计划的调整，并及时与相关单位和部门沟通。9. 明确项目目标、分析项目环境和条件、确定项目管理组织模式、结构和职责编制项目管理规划大纲和项目管理实施规划。
教学模式	1. 案例引入教学法 本情境教学开始引入工程案例或实例，引出课程重点。 2. 过程互动教学法 教学过程中使学生积极回答或做实训题； 3. 分阶段总结教学法 内容的讲解和实训中，不断总结，强调重点和难点及能力需求的描述； 4. 学、做、考教学法。
学习过程	1. 理论学习(6 学时) 2. 实践学习(4 学时)
教学条件	参考教材、建设工程项目管理规范、课件、教学软件、黑板、绘图工具、计算工具等。
学习评价	(1) 每个情境主要从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。 (2) 评价方式： 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、分析题。

学习情境三：建筑工程项目质量管理		学时:9
学习任务	如何进行质量控制；进行质量事故处理。	
学习目标	1. 能够组织进行质量策划，制定项目质量计划。2. 运用动态控制原理进行质量控制。3. 掌握质量控制应遵循的程序。4. 掌握质量检验和监测控制工作。5. 组织应建立有关纠正和预防措施的程序。6. 总结项目质量管理工作，提出持续改进的要求。	
学习内容	1. 应遵照《建设工程质量管理条例》和《质量管理体系 GB/T19000》族标准的要求，建立持续改进质量管理体系，设计专职管理部门或专职人员。2. 进行质量策划，制定质量目标，规定实施项目质量管理体系的过程和资源，编制针对	

	<p>项目质量管理的文件，即质量计划。3. 质量计划中应包括质量目标和要求，质量管理组织和职责，所需的过程、文件和资源，产品所要求的评审、验证、确认、监视、检验和试验活动以及接收准则，质量控制所采取的措施的制定。4. 跟踪收集实际数据并进行整理，并应将项目的实际数据与质量标准 and 目标进行比较分析偏差，并采取措施予以纠正和处理，必要时对处置效果和影响进行复查。5. 采购的质量控制中应确定采购程序、确定采购要求、选择合格供应单位和采购合同的控制和进货检验。6. 在检验和检测装置的控制中应确定装置的型号、数量、明确工作过程和质量保证措施等内容。7. 应定期对项目质量状况进行检查、分析，向组织提出质量报告，提出目前质量状况、发包人及其他相关满意程度、产品要求的符合性以及项目经理部的质量改进措施。8. 应对项目经理部进行检查、考核，定期进行内部审核，并将审核结果作为管理评审的输入，对质量管理体系进行审核，确定改进目标，提出相应措施并检查落实。</p>
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	1. 理论学习（7 学时） 2. 实践学习（2 学时）
教学条件	参考教材、建设工程项目管理规范、课件、教学软件、黑板、计算工具等。
学习评价	（1）主要从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。 （3）评价方式： 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、分析题。

学习情境四：建筑工程项目成本管理		学时:8
学习任务	编制成本计划；成本控制的方法	
学习目标	1. 掌握生产要素的市场价格和变动状态，编制成本计划，确定成本实施目标。2. 能够进行成本动态控制，实现成本实施目标。3. 进行项目成本核算和工程价款结算，及时收回工程款。4. 能够进行项目成本分析。5. 进行项目成本考核，编制成本报告。6 总结成本控制经验，积累项目成本资料。	
学习内容	1. 依据合同文件、项目管理实施规划、可研报告、市场价格信息、相关定额及类似项目的成本资料制定项目成本计划。2. 依据收集实际成本数据将其与成本计划目标进行比较，分析偏差，寻找原因，采取措施纠正偏差，定期编制成本报告。	

	3 成本控制方法中重点把握运用价值工程和赢得值等法。4. 学习根据财务制度和会计制度的有关规定，建立项目成本核算制，明确项目成本核算原则、范围、程序、方法、内容、责任及要求，并设置核算台帐，记录原始数据。5. 学习成本核算中应坚持形象进度、产值统计、成本归集三同步的原则。6. 学习建立和健全项目成本考核制度，对考核的目的、时间、范围、对象、方式、依据、指标、组织领导、评价与奖惩原则等作出规定。7. 学习成本分析的比较法、因素分析法、差额分析法和比率法等基本方法，也可以采用分部分项成本分析、月季月度成本分析、竣工成本分析等综合成本分析的方法。8. 进行成本和效益的全面审核、审计、评价、考核与奖惩。
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	1. 理论学习（4 学时） 2. 实践学习（2 学时）
教学条件	参考教材、建设工程项目管理规范、课件、教学软件、黑板、计算工具等。
学习评价	（1）每个情境主要从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。 （2）评价方式： 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题等。

学习情境五：建筑工程项目职业健康安全、环境管理		学时:6
学习任务	进行建筑工程项目职业健康安全与环境管理体系建设	
学习目标	1. 能够制定安全生产技术措施计划。2. 安全技术措施计划的实施。3. 掌握职业健康安全隐患和处理安全事故应遵循的程序。4. 现场消防保安制度的建立。5. 掌握文明施工应包括的工作。6. 施工现场管理应包括的内容。	
学习内容	1. 项目安全技术措施计划应包括工程概况，控制目标，控制程序，组织结构，职责权限，规章制度，资源配置，安全措施，检查评价和奖惩制度以及对分包的安全管理等内容。策划过程应充分考虑有关措施与项目人员能力相适宜的要求。2. 组织应建立分级职业健康安全生产教育制度，实施公司、项目经理部和作业队三级教育，未经教育不得上岗作业。学习项目安全技术交底制度。组织还应定期对项目进行职业健康安全管理检查，分析影响职业健康或不安全行为与隐患存在的部位和危险程度。3. 学习安全事故处理的原则：	

	事故原因不清楚不放过，事故责任者和人员没有受到教育不放过，事故责任者没有处理不放过，没有制定纠正和预防措施不放过的原则。处理安全事故的程序：报告安全事故、事故处理、事故调查、处理事故责任者、提交调查报告。4. 应根据工程实际情况制定消防制度和消防措施。5. 进行现场文化建设；规范场容，保持作业环境整洁卫生；创造有序生产的条件；减少对居民和环境的不利影响。6. 学习现场环境保护有关规定、学习施工现场固体废弃物处理的有关规定、施工现场文明施工的有关规定。
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	1. 理论学习（4 学时） 2. 案例学习（2 学时）
教学条件	参考教材、建设工程项目管理规范、课件、教学软件、黑板、计算工具等。
学习评价	<p>（1）每个情境主要从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。</p> <p>（3）评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等；</p> <p>终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题；</p>

学习情境六：价值工程项目合同管理		学时:10
学习任务	订立合同；进行合同的变更、索赔及争议处理	
学习目标	<p>1. 掌握合同法及其相关法律的基本理论。2. 能够进行合同分析，会从执行的角度分析、补充、解释合同，并能将合同目标和合同规定落实到合同实施的具体问题上和具体事件上，用以指导具体工作，使合同能符合日常工程管理的需要。</p> <p>3. 能够以合同管理组织保证合同所约定的各项义务的全面完成及各项权利的实现，以合同分析的成果为基准，对整个合同实施过程进行全面监督、检查、对比和纠正。4. 能够对工程变更进行识别、会处理设计变更、方案变更和工程价款变更的工作，并能分析各类变更对工程的影响。5. 掌握索赔工作的基本程序、能够在索赔工作中提取索赔的依据与证据。6. 熟知合同履行过程中常见的各种争议及其解决办法。</p>	
学习内容	<p>1. 合同的种类、形式、基本内容、法律效力等。2. 学习合同整体分析、工作分析、合同结构分解以及合同交底的基本工作程序。3. 明确合同控制在“四控”中的核心地位，树立正确的合同控制观念，学习合同实施情况偏差分析及处理方法的方法。4. 设计变更、方案变更和工程价款变更的起因、</p>	

	影响，工程变更的控制过程。5. 承包方和发包方引起索赔的原因、类型，收集索赔的依据，索赔的工作程序、技巧和方法，索赔报告的编写，反索赔。6. 工程价款支付主体争议、工程进度款支付、竣工结算及审价争议、工程工期拖延争议、安全损害赔偿争议、工程质量及保修争议、合同中止及终止等争议及其解决方式。
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	1. 理论学习（包括安全事故视频）（6 学时） 2. 案例学习（2 学时）
教学条件	教材、建设工程项目管理规范、课件、视频文件、黑板、绘图工具、计算工具
学习评价	（1）每个情境主要从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。 （2）评价方式： 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、分析题。

学习情境七：价值工程项目风险管理		学时:4
学习任务	分析和识别项目风险因素；进行项目风险评估	
学习目标	1. 了解建设工程风险管理的基本概念。2. 认识建设工程风险管理目标确立的重要性和责任到人的必要性。3. 熟悉工程项目风险管理的过程，识别工程项目存在的风险，掌握工程项目风险评价的常用方法。4. 熟悉工程项目风险应对策略。5. 掌握建设工程项目保险的选择，理解建设工程各方保险的种类。	
学习内容	1. 工程项目风险的概念。2. 建立工程项目风险管理系统，确定风险管理的目标从而进行项目风险管理。3. 运用工程项目风险识别的方法，识别工程项目风险的存在。4. 学习工程项目风险评价方法，判断风险范围。5. 编制风险应对计划，在规避、转移、缓解、接受和利用风险等对策略中，选择相应措施。6. 根据工程项目保险种类，选择工程项目保险。	
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）	
学习过程	1. 理论学习(2 学时) 2. 案例学习(2 学时)	
教学条件	参考教材、建设工程项目风险相关资料、实例、课件、教学软件、黑板等。	
学习评价	（1）每个情境主要从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规	

	<p>范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。</p> <p>(2) 评价方式:</p> <p>过程性评价: 提问、分组讨论、案例分析、课后作业等;</p> <p>终结性评价: 闭卷考试——判断题、选择题、分析题。</p>
--	---

学习情境八: 建筑工程项目收尾管理		学时:3
学习任务	组织竣工验收; 进行竣工结算; 组织建筑工程项目考核评价	
学习目标	<p>让学生掌握项目竣工计划的具体内容, 掌握竣工验收程序和竣工验收条件。让学生掌握有关保修事宜, 掌握竣工结算、决算的内容, 掌握管理考评及总结的内容。。</p> <p>能力目标: 使学生具有独立制定项目竣工计划及独立制定项目竣工结算的能力。</p> <p>素质目标: 使学生理解工程最后工作是一个施工企业树立良好商誉的时机, 应该负责任的做好每一件事情。</p>	
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 项目竣工计划的具体内容。 2. 竣工验收程序。 3. 竣工验收条件。 4. 竣工验收的备案。 5. 保修范围、期限、责任和费用承担及回访保修工作计划。 6. 项目竣工结算的依据。 7. 项目竣工结算款的支付。 8. 项目竣工决算的内容。 9. 项目管理考评的程序。 10. 项目管理总结的内容。 	
教学模式	行动导向 (项目教学、案例教学等)	
学习过程	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理论学习 (2 学时) 2. 案例学习 (1 学时) 	
教学条件	项目管理规范、建设项目工程总承包管理规范、教科书、参考教材、教学课件、黑板、相应案例	
学习评价	<p>(1) 每个情境主要从学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。</p> <p>(2) 评价方式:</p> <p>过程性评价: 提问、分组讨论、案例分析、课后作业等;</p> <p>终结性评价: 闭卷考试——判断题、选择题、分析题。</p>	

学习情境九：建筑工程项目管理沙盘模拟实训		学时:16
学习任务	模拟建筑工程项目管理任务实施沙盘操作	
学习目标	与总目标、分目标相一致的学习单元目标要求。	
学习内容	模拟凯旋门工程和世纪大桥工程展开 PMST 课程	
教学模式	实训	
学习过程	1. 实操(16 学时)	
教学条件	沙盘实训室、教材、建设工程项目管理规范、课件、视频文件、黑板、绘图工具、计算工具	
学习评价	(1) 每个情境主要从学生的出勤情况、实际动手能力、沟通能力、学习态度、成果（作品）等评价项目进行评价。 (1) 评价方式： 终结性评价：沙盘实操	

(二) 教学建议：

本课程的教学应体现“以职业能力培养为核心，理论与实践相结合”

(1) 在课程建设上，以工学结合为切入点，基于工作过程开发课程体系，以建造员、招投标员、合同管理员等岗位需求为导向，选取真实工作岗位与工作任务相关的职业场景和工作过程设计和优化教学内容，体现职业针对性。

(2) 在课程改革上，以能力为本位，突出对学生专业能力与职业素质的培养，将职业资格取证与课程教学紧密相连，用职业资格考核代替课程期末考核。

(3) 教学过程以建筑工程项目管理任务实施为载体，按真实的工作流程及相关的工作岗位设计教学项目和实训项目，培育人才，以达到培养学生职业能力和社会能力的教学目标。

(4) 教学手段的创新。采用行为导向的教学组织方法，形成以工作任务为目标，以行动过程为导向，学教相辅的教学模式，激发学生的兴趣和创新思维，提高学生的综合职业能力。

(5) 以培养学生分析问题和解决实际问题能力为教学重点。

(6) 建议教材应至少每 3 年更新一次。

五、课程考核建议

1. 考核方式

- 1) 期末闭卷笔试作为主要考核方式，占学生本课程总成绩的70%。
- 2) 平时成绩包括出勤、平时作业、课堂训练和课堂问答成绩，占学生本课程总成绩的 30%，其中，学生参与实训的表现占本项分值的 50%。

2. 考核标准

考核标准应与本专业学生未来从事工作的职业能力和任职的上岗条件相紧密结合，努力贴近实践需求。

六、学习资源建议

1. 教材：

《建设工程项目管理》 王辉主编 北京大学出版社 2017.1
《工程项目管理沙盘模拟（PMST）实训教程》 李洪涛 张西平 周晓 主编
重庆大学出版社 2016.2

2. 参考书：

1、参考教材：《建设工程项目管理》 罗 中 张 涛 编著 教育科学出版社 2015.3

3. 教学参考网站：

- 1.中华人民共和国住房和城乡建设部 <http://www.mohurd.gov.cn/wbdt/xzzx/sfwb/>
2. 中国工程咨询网 www.cnaec.com.cn
3. 广东建筑信息网 <http://www.gdcic.net/>
4. 筑龙网 www.zhulong.com
5. 工成网 www.buildbook.com.cn
6. 土木在线 co.163.com

七、编制依据

该课程标准是依据建设工程管理专业和工程造价专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《工程预算电算化》

适用专业： 工程造价专业

编制单位： 建筑工程管理专业教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修 订 日 期	审 定 组 (人)	审定日期
0700390B	陈嫚娜	2019.4				

《工程预算电算化》课程标准

（居中，段后 1 行，小二号黑体字）

课程名称：工程预算电算化

课程类型：专业必修课

学时学分：4 学时

开设学期：第四学期

一、课程基本描述（顶格，行距 23，小四号黑体字，下同）

（一）课程性质

本课程是工程造价专业理论课体系的专业核心课，是必修课程。本课程主要研究辅助钢筋分析、工程量计算、工程计价的计算机软件运用的一门综合性、实践性较强的应用型课程。

（二）课程任务

主要针对预算员、招标员、投标员等岗位开设，主要任务是：帮助学生正确、高效应用计算机及工程造价专业软件分析建筑工程钢筋数量、计算建筑工程分部分项工程量，编制钢筋明细清单、建筑工程量清单、招标控制价等招投标文件。包含了二级造价师、预算员等资格证考试的考核内容。

（三）课程衔接

在课程设置上，先导课程有《建筑构造与识图》、《建筑 CAD》、《建筑工程计量与计价》、《G101 平法与构造详图应用》课程，后续课程有《工程造价综合实训》课程。本课程起到承前启后的重要作用。

二、课程目标

《工程预算电算化》是属于应用型课程，具有操作性强、实践要求高、足量课时才能保证教学效果等特点。学该课程学生必须学习建筑识图、建筑 CAD、建筑构造、建筑结构以及建筑工程计量与计价等前序课程，打好坚实的理论基础。课程主要介绍建筑工程预算软件的应用，以实操为主，主要包括图形化算量、钢筋算量和清单计价三个实验内容。以前依靠人工手算，由于数量大，繁琐复杂，因此容易出错，如今工程预算电算化的应用提高了工程量计量与计价工作的效果和质量。学生掌握运用先进的电算化软件，为今后踏入社会做好准备，多一项技能就多一项优势。

（一）知识目标

- 1、掌握建筑和结构进行施工图识图要点；
- 2、熟悉建筑 CAD 绘图基本操作原理；
- 3、熟悉钢筋平法规则、GB 房建工程工程量清单规范、广东省建筑与装饰综合定额以及工程量计量计价的基本原理；
- 4、掌握广联达造价系列软件基本原理和的绘图流程；

（二）技能目标

能够在教师的指导下，运用广联达造价软件进行小型工程(5000M² 以内)的钢筋工程量计算、建筑（土建）工程量计算和工程量清单编制和计价，掌握计算机造价软件的主要功能运用。目标分解为：

- 1、能够用广联达钢筋算量软件进行基础、柱、墙、梁、板和砌体等主要构件的绘图输入（建模）、钢筋信息定义以及工程量汇总计算和报表分析；
- 2、能够用广联达土建算量软件进行基础、柱、墙、梁、板、砌体和室内外装饰等主要构件的钢筋绘图输入（建模或钢筋模型转换）、构件信息定义以及熟悉清单和定额做法套用以及工程量汇总计算和报表分析；
- 3、能够用广联达计量计价软件导入算量模型数据，编制分部分项工程量清单、措施清单、其它清单、规费和税金清单，进行简单的计价换算和人才机调整，生成招标控制价电子文件。

（三）素质目标：

在过程与方法、情感态度与价值观、职业道德与素质养成等方面的基本要

求为：

- 丨 通过学习养成积极思考问题、善于提出问题，勇于沟通解决的习惯；
- 丨 通过学习培养较强的自主学习能力；
- 丨 通过学习学会收集、分析、整理参考资料的技能；
- 丨 通过学习养成勇于克服困难的精神，具有较强的忍耐力；
- 丨 通过学习养成及时完成阶段性工作任务的习惯，积极响应任务节点要求；
- 丨 通过学习养成对成果负责，适应“结果导向”职业型业绩考核模式。

三、课程设计

本课程以《办公大厦建筑工程》（即教材提供的实训图纸）为载体，根据广联达预算软件功能设计的三个典型工程计量计价软件操作作为学习情景；本课程采取项目教学法，以预算员、招标员或投标员等岗位相关工作任务和职业能力分析为依据确定课程目标，设计课程内容，以工作任务为线索构建任务引领型课程。课堂讲授侧重于预算软件主要功能的应用、施工图纸和业务任务的分析，在教学中要做到合理组织授课内容，灵活运用传统教学方法（讲授和 PPT 演示）、小视频等多媒体课件方法和现场上机操作演示方法。做到理论深度适当，实用性技术够用，加大操作软件的力度。教学中充分运用现代手段，对学生难以理解的知识，采用多媒体课件来表现；对于难以阐述清楚的实践性知识，采用现场演示和录像的方式，使学生易于模仿。

表 1 课程总体设计

课程名称	工程预算电算化	计划总学时：72
情境名称	情境描述	参考学时：
钢筋工程量 计算	运用广联达钢筋算量软件 GGJ2013 完成实训 工程的钢筋工程量计算和分析	24
建筑工程 计量	运用广联达软件土建算量 GCL2013 完成实训 工程的建筑工程工程量计算	28
建筑工程 计价	运用广联达计价软件 GBQ4.0 完成实训工程 的建筑工程量清单编制和招标控制价编制	16

总复习	实训成果整理和总结	4
	合计	72

四、课程内容与教学建议

（一）课程内容（见表2）

表2 学习情境设计

学习情境一：钢筋工程量计算		学时:24
学习任务	<p>本单元以《办公大厦建筑工程》（即教材提供的实训图纸）实际工程的钢筋工程量计算过程为主线，让学生通过分析图纸，主要加强结构施工图识图训练；将各类构件对应的计算规则，进行总结方便学生学习时查阅。</p> <p>本单元的前导课程为《建筑构造识图》及《G101 平法与构造详图应用》等课程，让学生掌握看图的步骤与流程；掌握平法的基本原理，看懂节点构造详图，提取相关的数据和信息根据软件功能要求进行输入和计算。通过对广联达钢筋算量软件 GGC2013 的学习，掌握利用计算机软件计算钢筋的技能。</p>	
学习目标	<p>通过本单元学习和实训，掌握广联达钢筋算量软件 GGC2013 的基本操作流程，能够完成柱、墙、梁、板和砌体墙以及部分其它构件的构件绘图输入（建模），能够完成或楼梯等构件的单构件输入，根据教师提供图纸的指定的楼层（范围）进行钢筋信息定义、汇总计算和报表输出提交。分项目标为：</p> <p>（1）工程准备（新建工程、工程设置和楼层定义等）；</p> <p>（2）新建首层轴网，绘图输入柱、墙、梁、板、砌体和其它构件，并进行钢筋定义；</p> <p>（3）运用层间复制，绘图输入（基础层、顶层）主要结构构件，并进行钢筋定义；</p> <p>（4）单构件输入楼梯等构件；</p>	

	(5) 汇总计算、整理报表和导出 EX 表提交
学习内容	<p>学习广联达钢筋上软件 GGJ2013 的进本操作流程，绘图输入、单构件输入、构件定义，钢筋信息输入、汇总计算和报表分析等内容：</p> <p>(1) 钢筋软件算量的原理及软件绘图基本流程</p> <p>(2) 工程准备（新建工程、工程设置和楼层定义等）</p> <p>(3) 首层轴网、柱、墙、梁、板、砌体和其它构件的分级任务分析、绘图输入和构件钢筋定义等软件功能运用</p> <p>(4) 层间复制功能和其它层结构分析</p> <p>(5) 楼梯等单构件输入法的功能运用</p> <p>(6) 汇总计算和报表运用</p>
教学模式	项目教学法、案例教学法、任务引领型行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	<p>1. 理论教学 (8 学时)：明确任务、图纸和业务分析，引领学生观看教师上机演示或小视频</p> <p>2. 实战实训 (16 学时)：学生根据教师布置的任务在规定时间内独立操作完成；过程中教师根据学生提出的疑问，区别重要性和难度个别或集中答疑或上机演示（或小视频）；老师下发分级任务答案（或教材答案），学生根据答案进行结果校对，找出错误点加以改正；教师根据学生课堂操作情况评估课堂成绩以及提交的成果评估单元成绩</p>
教学条件	<p>《工程预算化》课程在第二实训楼建筑工程管理实训室进行，配有 1 台教师电脑和 60 台学生专用电脑，并配备有投影仪等辅助设备，已配置工程造价实训软件网络版及网络广播教学工程。学生在实训室可以完成本课程的计算机编预算的全部实训内容，实训效果良好。</p> <p>视教学需要说明必须的实训场所要求及仪器设备要求等</p>
学习评价	评价项目：

	<p>(1) 钢筋软件算量的原理及软件绘图基本流程</p> <p>(2) 工程准备（新建工程、工程设置和楼层定义等）</p> <p>(3) 首层轴网、柱、墙、梁、板、砌体和其它构件的绘图输入和构件钢筋定义等软件功能运用</p> <p>(4) 层间复制功能和其它层结构建模和定义</p> <p>(5) 楼梯等单构件输入法的功能运用</p> <p>(6) 汇总计算和报表运用</p> <p>评价方式：</p> <p>(1) 过程性评价：课堂表现（回答教师提问情况、主动提问表现、课堂技能操作检查）；</p> <p>(2) 终结性评价：钢筋工程量计算情景（单元）的实训成果评价（大作业）</p>
--	--

表 2 学习情境设计

学习情境二：建筑工程计量		学时:28
学习任务	<p>本单元以《办公大厦建筑工程》（即教材提供的实训图纸）实际工程的建筑工程量计算过程为主线，让学生通过分析图纸，加强建筑和结构施工图识图训练；将各类构件对应的计算规则，进行总结方便学生学习时查阅。通过对广联达钢筋算量软件 GGC2013 的学习，掌握利用计算机软件计算土建工程量的技能。</p>	
学习目标	<p>本单元的前导课程为《建筑构造识图》及《建筑工程量计价》等课程，让学生掌握看图的步骤与流程，从造价角度识图、分析图纸重点内容和提取关键信息，能够完成钢筋模型的转换以及其它构件（装饰等）的构件绘图输入（建模），根据教师提供图纸的指定的楼层（范围）进行构件属性定义、套用做法、汇总计算和报表输出提交。分项目标为：</p> <p>(1) 钢筋模型转换；</p> <p>(2) 其它构件（楼梯、内外装饰等）绘图输入（建模）；</p> <p>(3) 构件属性定义和套用做法；</p>	

	<p>(4) 了解表格输入对零星构件的处理；</p> <p>(5) 汇总计算、整理报表和导出 EX 表提交</p> <p>本情景学习除了与钢筋算量情景类似的绘图输入（建模）外，主要是根据工程量计算规则进行构件属性定义，且需要对 GB 房建工程量清单规范附表和广东省建筑装饰综合定额熟悉的前提下进行清单和定额套用做法，最终了解建筑工程计量（情景二）是为建筑工程计价（情景三）服务的目标。</p>
学习内容	<p>学习广联达钢筋土建工程量算量软件 GCL2013 的基本操作流程，钢筋模型转换、绘图输入、表格输入、构件属性定义，套用做法（清单和定额）、汇总计算和报表分析等内容：</p> <p>(1) 土建算量的原理及软件绘图基本流程</p> <p>(2) 工程准备（新建工程、工程设置和楼层定义等）</p> <p>(3) 钢筋模型转换，模型复查和校核；</p> <p>(4) 其它构件（楼梯、内外装饰等）绘图输入（建模）；</p> <p>(5) 构件属性定义和套用做法；</p> <p>(6) 表格输入对零星构件的处理；</p> <p>(7) 汇总计算、整理报表和导出 EX 表提交</p>
教学模式	项目教学法、案例教学法、任务引领型行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	<p>1. 理论教学 (10 学时)：明确任务、图纸和业务分析，引领学生观看教师上机演示或小视频</p> <p>2. 实战实训 (18 学时)：学生根据教师布置的任务在规定时间内独立操作完成；过程中教师根据学生提出的疑问，区别重要性和难度个别或集中答疑或上机演示（或小视频）；老师下发分级任务答案（或教材答案），学生根据答案进行结果校对，找出错误点加以改正；教师根据学生课堂操作情况评估课堂成绩以及提交的成果评估单元成绩</p>

教学条件	<p>《工程预算化》课程在第二实训楼建筑工程管理实训室进行，配有 1 台教师电脑和 60 台学生专用电脑，并配备有投影仪等辅助设备，已配置工程造价实训软件网络版及网络广播教学工程。学生在实训室可以完成本课程的计算机编预算的全部实训内容，实训效果良好。</p> <p>视教学需要说明必须的实训场所要求及仪器设备要求等</p>
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>(1) 土建算量软件原理和绘图基本流程</p> <p>(2) 工程准备（新建工程、工程设置和楼层定义等）</p> <p>(3) 钢筋模型转换和其它构件（楼梯、内外装饰等）</p> <p>绘图输入（建模）；</p> <p>(4) 构件属性定义和套用做法；</p> <p>(5) 汇总计算、整理报表和导出 EX 表提交</p> <p>评价方式：</p> <p>(1) 过程性评价：考勤和课堂表现（回答教师提问情况、主动提问表现、课堂技能操作检查）；</p> <p>(2) 终结性评价：建筑工程计量情景（单元）的实训成果评价（大作业）</p>

表 2 学习情境设计

学习情境三：建筑工程计价		学时:16
学习任务	<p>本单元是在学生完成工程量计量实训与钢筋工程量计量实训后，利用计算得到的工程量结果，运用广联达计价软件 GBQ4.0，按照教师提供的输入条件编制工程量清单和招标控制价。</p> <p>通过对广联达计价软件 GBQ4.0 的学习，掌握利用计算机软件进行建筑工程计价的技能。</p>	
学习目标	<p>本单元的前导课程为《建筑工程计量计价》等课程，在</p>	

	<p>对 GB 建筑工程量清单规范和房建工程量清单计算规范以及广东省建筑与装饰综合定额熟悉了解的前提下，进行实训工程的建筑工程计价。学生在教师的指导下能够上机运用广联达计价软件 GBQ4.0 完成以下学习目标：</p> <p>（1）编制分部分项工程量清单、措施项目清单、其它项目清单、规费和税金清单；</p> <p>（2）完成招标控制价编制所需的计价换算和人才机调整；</p> <p>（3）整理报表、生成招标文件和导出 EX 表提交</p>
学习内容	<p>（1）广联达工程计价软件 GBQ4.0 的基本操作流程；</p> <p>（2）新建招标项目结构；</p> <p>（3）GCL 图形算量模型数据的导入；</p> <p>（4）计价中的换算；</p> <p>（5）措施项目、其它项目、规费和税金项目计取；</p> <p>（6）调整人才机价格；</p> <p>（7）整理报表、生成电子招标文件和导出 EX 表提交</p>
教学模式	项目教学法、案例教学法、任务引领型行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	<p>1. 理论教学 (6 学时)：明确任务、业务分析，引领学生观看教师上机演示或小视频</p> <p>2. 实战实训 (10 学时)：学生根据教师布置的任务在规定时间内独立操作完成；过程中教师根据学生提出的疑问，区别重要性和难度个别或集中答疑或上机演示（或小视频）；老师下发分级任务答案（或教材答案），学生根据答案进行结果校对，找出错误点加以改正；教师根据学生课堂操作情况评估课堂成绩以及提交的成果评估单元成绩</p>
教学条件	<p>《工程预算化》课程在第二实训楼建筑工程管理实训室进行，配有 1 台教师电脑和 60 台学生专用电脑，并配备有投影仪等辅助设备，已配置工程造价实训软件网络版及网络广播教学工程。学生在实训室可以完成本课程的计算机编预</p>

	算的全部实训内容，实训效果良好。 视教学需要说明必须的实训场所要求及仪器设备要求等
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>（1）分部分项工程量清单、措施项目清单、其它项目清单、规费和税金清单；</p> <p>（2）计价换算和人才机调整；</p> <p>（3）成果文件和导出 EX 表</p> <p>评价方式：</p> <p>（1）过程性评价：考勤和课堂表现（回答教师提问情况、主动提问表现、课堂技能操作检查）；</p> <p>（2）终结性评价：建筑工程计价情景（单元）的实训成果评价（大作业）</p>

（二）教学建议：

CAD 图导入作为广联达工程预算软件的主要功能之一，应在本课程中讲授，但有两个弊端：1、如果直接让学生运用此功能导入主要构件图元，可能因依赖电子图的直接利用而减弱了手动绘图输入（建模）对学生识图能力的巩固和提高；2、CAD 图导入功能讲授和实操约需课时 8 节左右，摊薄它情景的课时，影响教学目标的实现。建议对策：是建议让学生手动绘图输入构件图元；CAD 图导入功能可以视学生知识基础和接受能力情况，在情景一或情景二完成后，课时有盈余时再简要介绍功能运用，但不做实操要求，或者直接留待后续课程《工程造价综合实训》讲授和实战运用。

五、课程考核建议

1.考核方式

本课程平时考核及期末考核各占比重、各情境内容所占比重如下表：

其中，考情是根据学生出勤情况统计；课堂表现的考核形式主要有课堂学生回答教师提问、学生向教师提出疑问、课堂实训检查等；实训成果是根据三个情景学习目标和学习内容完成的整体成果提交（三个）。

	情景一	情景二	情景三	合计
考勤	10%			10%
课堂表现	10%	10%	10%	30%
实训成果	30%	20%	10%	60%

2.考核标准

考核标准主要根据学生课堂回答和课堂提问的情况、态度评估成绩，实训成果主要根据学习目标和学生完成情况来评价成果。

六、学习资源建议

1.教材

《工程自动算量软件应用》（广联达版）（莫荣锋主编 华中科技大学出版社 2015 年 8 月第 1 版）

《钢筋工程量计算实训教程》（广联达科技股份有限公司组编 重庆大学出版社 2017 年 8 月第 4 版）

《建筑工程计量与计价实训教程》（广东版）（陈丹主编 重庆大学出版社 2015 年 2 月第 1 版）

2.参考用书

《建设工程工程量清单计价规范》（GB50500-2013）

《房屋建筑与装饰工程工程量计算规范》（GB50854-2013）

《广东省建筑与装饰工程综合定额》（2010 年版）

《建筑工程计量与计价》（邱耀主编 教育科学出版社 2014 年 11 月第 1 版）

《建筑工程计量与计价》（易红霞主编 中南大学出版社 2015 年 2 月第 1 版）

3.教学参考网站

（1）建筑论坛 <http://www.abbs.com.cn/bbs/>

（2）中国工程咨询网 <http://www.cnaec.com.cn/>

（3）筑龙网 <http://www.zhulong.com/>

（4）广东造价信息网 <http://www.gdcost.com/>

（5）广联达服务新干线 <https://e.fwxgx.com/>

七、编制依据

该课程标准是依据 540301 建筑工程技术专业教学标准、2018 级工程造价专业人才培养方案、以及参考 0309600B《预算电算化》教学大纲编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《建筑工程计量与计价》

适用专业：建设工程管理专业（工程造价方向）

编制单位：建筑工程管理教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0700910B	葛子杰	2019.4.28				

《建筑工程计量与计价》课程标准

课程名称：建筑工程计量与计价

课程类型：专业核心课程

学时学分：108 学时（6 学分）

开设学期：

第 3 学期

一、课程基本描述

（一）课程性质、

本课程是建筑工程管理（工程造价方向）专业人才培养方案中的核心课程之一，是该专业的一门必修课。本课程主要研究建筑工程消耗量定额，人工、材料、机械价格，工程造价组成，工程量计算，工程计价的一门综合性、实践性较强的应用型课程。

（二）课程任务

本课程在专业课程体系中处于承前启后的重要位置，也为后续课程的学习和最后一学期的顶岗实习、毕业设计及能够胜任今后的岗位工作打下坚实的专业能力基础。本课程对学生职业能力和职业素养养成起支撑作用。

通过本课程的教学，使学生熟练掌握建筑工程施工技术和建筑工程经济等基本专业知识，掌握 BIM 技术应用工作技能，并具备相应的工程造价工作能力，德智体美全面发展，能在工程建设领域从事工程造价工作的现代化高素质、高技术、高技能的应用型专业紧缺人才。从而使学生能够胜任从事工程概预算、招投标、合同管理、施工质量安全与造价管理、资料管理、现场测量、BIM 技术应用等岗位，为就业打下基础。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《建筑识图与构造》、《地基及基础工程》、《混凝土

土结构工程施工》、《砌体结构工程施工》、《建筑装饰施工》、《建筑结构》等课程，后续课程有《建筑工程计量与计价课程实训》、《预算电算化》、《工程造价综合实训》、《装饰计量与计价》、《建筑安装工程计量与计价》等课程。

二、课程目标

通过本课程学习，达到以下目标。

1. 能力目标：

- （1）对给定的建筑施工图，确定正确的工程量计算规则并计算工程量；
- （2）能够进行各种建筑材料用量分析和人工用量分析；
- （3）能够进行综合单价分析；
- （4）了解相应预算软件在工程计量与计价中的应用；能够协助或进行部分标书的编制工作。

2. 知识目标：

- （1）掌握《广东省建筑与装饰工程综合定额》、《建筑工程工程量清单计价规范》的用法；
- （2）了解工程造价的含义、内容；
- （3）掌握建筑工程施工图预算的编制方法；
- （4）熟悉工程造价工作的有关政策法规；
- （5）能够正确使用定额和计价规范，进行相应的工程量计算及合理确定造价；
- （6）了解相应预算软件进行图形算量与造价的编制方法。

3. 职业素质养成目标：

- （1）培养学生具有独立、严谨、实事求是的工作作风和团队意识；
- （2）培养学生具有不断创新的精神、良好的职业道德和敬业精神；
- （3）培养学生适应社会需要，使学生德、智、体、美等方面全面发展；

(4) 具有获取、分析、归纳、交流、使用信息和新技术的能力；

(5) 具有自学能力、理解能力与表达能力。

三、课程设计

本课程设计的思路为：

(1) 本课程以岗位能力需求为导向，以典型生产任务为载体，设计教学项目和学习任务，将建筑工程计量与计价的单元技术运用到具体实践工作中。通过实施项目化教学，提高学生的学习兴趣，有效地培养和提高学生在建筑工程计量与计价应用技术方面的专业能力、方法能力和社会能力，并使学生养成良好的职业态度。

(2) 教学项目按照“从整体到细部再到整体”的实际工作先后顺序进行设计安排，使学生的职业能力培养目标由中级工→高级工→技术主管的方向转变。

(3) 以提高学生综合职业能力为目标，组织实施任务驱动教学法、项目教学法、案例法等行动导向的教学模式。

(4) 教学评价多元化，终结性评价与过程性评价相结合，老师评价与学生评价相结合，并以过程性评价为主（占 65%），即教学效果分别从职业素养养成、项目计划、项目实施、项目评审等多方面，由教师与学生共同评价。

表 1 课程总体设计

学习项目编号	学习项目名称	学习型工作任务	学时	
项目一	砖混结构工程 计量与计价	1.1 计价基础知识	12	54
		1.2 地基与基础工程计价	12	
		1.3 主体工程计价	18	
		1.4 门窗及装饰工程计价	6	
		1.5 其他工程计价	6	

项目二	框架结构工程 计量与计价	2.1 地基与基础工程计价	12	54
		2.2 主体工程计价	22	
		2.3 门窗及装饰工程计价	6	
		2.4 垂直运输、超高增加费的计算	6	
		2.5 其他工程计价	8	
总计			108 学时	

四、课程内容与教学建议

（一）理论教学

根据“建筑工程计量与计价”的具体工作内容不同，按照“由简单到复杂”的项目教学法，将其划分为：项目一：砖混结构工程计量与计价；项目二：框架结构工程计量与计价。依据不同的实训项目，按照“各分部分项工程计量计价”内容的不同，构建相应的学习情境，每一个学习情景的学习均通过案例教学完成。

项目 1：砖混结构计量与计价

表 1-1 砖混结构计量与计价教学内容与要求

项目名称		计价基础知识	参考学时	12
教学内容		1.基本建设项目的划分； 2.工程造价不同阶段的编制深度； 3.建筑工程定额的内容及分部分项划分； 4.清单计价规范的内容及附录划分。		
教学目标	知识	1.掌握基本建设项目的划分：建设项目、单项工程、单位工程、分部工程、分项工程。 2.熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。		
	能力	具有职业岗位中定额单价确定的能力、资料整理和管理能力，		

	素质	具有独立学习、独立计划、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
基本建设项目的划分		课件	案例教学法
定额的内容		课件	案例教学法
清单计价规范的内容		课件	案例教学法
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

表 1-2 砖混结构计量与计价教学内容与要求

项目名称		地基与基础计价	参考学时	12
教学内容		1.计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2.施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3.人工挖运土、填土、复合地基工程量的计算； 4.条形基础、筏板基础工程量的计算； 5.结合定额、市场价格进行计价； 6.造价软件的应用； 7.造价资料的编制。		
教学目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，明确地基处理方式、基础类型，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成地基与基础部分的工程量、计价。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。		

	能力	具有职业岗位中地基与基础工程计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。	
	素质	具有独立学习、独立计划、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
人工挖运土、填土、复合地基工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
条形基础、筏板基础工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

表 1-3 砖混结构计量与计价教学内容与要求

学习项目	主体工程计价	参考学时	18
教学内容	1. 计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2. 施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3. 墙体砌筑工程量的计算； 4. 圈梁、过梁、构造柱、预应力空心板等架工程量的计算。 5. 屋面工程工程量的计算。 6. 结合定额、市场价格进行主体工程计价； 7. 造价软件的应用； 8. 造价资料的编制。		

学习目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，明确主体工程的施工方式、墙体砌筑类型，脚手架类型，砖混结构中钢筋混凝土构件的类型、屋面类型与作用，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成地基与基础部分的工程量、计价。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。	
	能力	具有职业岗位中主体工程计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。	
	素质	具有独立学习、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
墙体砌筑工程量计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
圈梁、过梁、构造柱、板等工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

表 1-4 砖混结构计量与计价教学内容和要求

项目名称	门窗及装饰工程计价	参考学时	6
教学内容	1. 计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2. 施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3. 普通木门、塑钢窗、铝合金门窗工程量的计算； 4. 墙柱面、天棚装饰、楼地面工程量的计算； 5. 结合定额、市场价格进行计价； 6. 造价软件的应用； 7. 造价资料的编制。		

教学目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，明确砖混结构门窗类型、装饰做法，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成门窗及装饰部分的工程量、计价。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。	
	能力	具有职业岗位中门窗及装饰工程计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。	
	素质	具有独立学习、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
门窗工程量计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
墙柱面、天棚装饰、楼地面工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

表 1-5 砖混结构计量与计价教学内容与要求

项目名称	其他工程计价	参考学时	6
教学内容	1. 计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2. 施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3. 金属构件制作、安装、运输工程量的计算； 4. 建筑配件工程量的计算； 5. 室外工程工程量的计算； 6. 结合定额、市场价格进行计价；		

		7. 造价软件的应用； 8. 造价资料的编制。	
教学目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成金属构件、建筑配件、室外工程等其他工程的计量、计价。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。	
	能力	具有职业岗位中其他工程计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。	
	素质	具有独立学习、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
金属构件、建筑配件的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法、讲授法。
室外工程工程量计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法、讲授法。
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法、讲授法。
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

项目 2：框架结构计量与计价

表 2-1 框架结构计量与计价教学内容与要求

项目名称	地基与基础计价	参考学时	12
教学内容	1. 计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2. 施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3. 机械挖运土、井点降水、桩基础工程量的计算； 4. 独立基础、箱形基础工程量的计算；		

		5. 结合定额、市场价格进行地基与基础工程计价； 6. 造价软件的应用； 7. 造价资料的编制。	
教学目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，明确地基处理方式、基础类型，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成地基与基础部分的工程计量、计价。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。	
	能力	具有职业岗位中地基与基础工程计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。	
	素质	具有独立学习、独立计划、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
机械挖运土、桩基础工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
. 条形基础、筏板基础工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

表 2-2 框架结构计量与计价教学内容与要求

项目名称	主体工程计价	参考学时	22
教学内容	1. 计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2. 施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3. 现浇框架梁、板、柱工程量的计算； 4. 填充墙砌筑工程量的计算；		

		5. 屋面架空、保温层工程工程量的计算； 6. 结合定额、市场价格进行主体工程计价； 7. 造价软件的应用； 8. 造价资料的编制。	
教学目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，明确主体工程的施工方式、梁、板、柱等主要结构构件类型，填充墙砌筑的类型、屋面类型与作用，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成地基与基础部分的工程计量、计价。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。	
	能力	具有职业岗位中主体工程计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。	
	素质	具有独立学习、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
现浇框架梁、板、柱工程量计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
填充墙砌筑工程量计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

表 2-3 框架结构计量与计价教学内容与要求

项目名称	门窗及装饰工程计价	参考学时	6
教学内容	1. 计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2. 施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3. 普通木门、塑钢窗、铝合金门窗工程量的计算； 4. 墙柱面、天棚装饰、楼地面工程量的计算；		

		5. 结合定额、市场价格进行计价； 6. 造价软件的应用； 7. 造价资料的编制。	
教学目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，明确砖混结构门窗类型、装饰做法，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成门窗及装饰部分的工程量、计价。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。	
	能力	具有职业岗位中门窗及装饰工程计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。	
	素质	具有独立学习、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
门窗工程量计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
墙柱面、天棚装饰、楼地面工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

表 2-4 框架结构计量与计价教学内容与要求

项目名称	垂直运输费、超高增加费的计算	参考学时	6
------	----------------	------	---

教学内容		1. 计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2. 施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3. 垂直运输费工程量的计算； 4. 超高增加费工程量的计算； 5. 结合定额、市场价格进行计价； 6. 造价软件的应用； 7. 造价资料的编制。	
教学目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成垂直运输、超高增加费的计算。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。	
	能力	具有职业岗位中垂直运输费、超高增加费计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。	
	素质	具有独立学习、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。	
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议
垂直运输费工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
超高增加费工程量的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息	
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价	

表 2-5 框架结构计量与计价教学内容与要求

项目名称		其他工程计价	参考学时	8
教学内容		1. 计价规范、定额、标准图集的熟悉； 2. 施工图纸、施工组织等技术资料的识读； 3. 金属构件制作、安装、运输工程量的计算； 4. 建筑配件工程量的计算； 5. 室外工程工程量的计算； 6. 结合定额、市场价格进行计价； 7. 造价软件的应用； 8. 造价资料的编制。		
教学目标	知识	1. 根据项目中施工组织设计、施工图纸等技术资料，结合计价规范、定额、造价信息等资料，完成金属构件、建筑配件、室外工程等其他工程的计量、计价。 2. 熟悉定额计价与清单计价依据和方法的区别。		
	能力	具有职业岗位中其他工程计量、计价的技术能力、资料整理和管理能力。		
	素质	具有独立学习、独立工作的能力、具有职业岗位所需的合作、交流等能力。		
学习型工作任务		任务载体	教学方法与建议	
金属构件、建筑配件的计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法	
室外工程工程量计算		标准图集、图纸、课件	案例教学法	
工程套价		地方定额、企业定额、造价软件	案例教学法	
技术规范		《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；地方定额；企业定额；造价信息		
考核与评价		笔试、实操、口试、小组自评、小组互评、教师评价		

（二）实训项目教学

实训项目 1：砖混结构住宅楼施工图预算

目的：运用已学过的有关学习领域的专业知识，进行砖混结构工程的施工图预算及造价书的编制。

通过本次实训项目设计，达到以下目的：

1. 熟悉单位施工图预算的编制过程；
2. 牢固地掌握使用《定额》和《计价规范》的技能；
3. 掌握各学习情境工程范围的划分，并进行各分部、分项工程的工程量计算；
4. 掌握各种费用的计算和造价分析；

要求：预算深度达到施工招投标的要求。

熟练进行砖混结构建筑造价的编制。正确熟练掌握施工图的识读，灵活运用现行的规范、标准、图集、定额编制出符合建筑工程施工报价的施工图预算书，培养综合分析问题和解决问题的能力。

内容：砖混结构住宅楼施工图预算书的编制，内容包括熟悉施工图，分析学习情境；分部分项工程量计算；套定额计算综合基价值；工料分析 价差调整计算、取费算造价；编写设计报告书、装订上交成果。

考核：根据提交的设计成果，结合设计过程对成绩进行综合评定

实训项目 2：框架结构实训楼施工图预算

目的：运用已学过的有关学习领域的专业知识，进行框架结构工程的施工图预算及造价书的编制。

通过本次实训项目设计，达到以下目的：

1. 熟悉单位施工图预算的编制过程；
2. 牢固地掌握使用《定额》和《计价规范》的技能；
3. 掌握各学习情境工程范围的划分，并进行各分部、分项工程的工程量计算；
4. 掌握各种费用的计算和造价分析。

要求：预算深度达到施工招投标的要求。

熟练进行框架结构建筑造价的编制。正确熟练掌握施工图的识读，灵活运用现行的规范、标准、图集、定额编制出符合建筑工程施工报价的施工图预算书，培养综合分析问题和解决问题的能力。

内容：框架结构实训楼施工图预算书的编制，内容包括熟悉施工图，分析学习情境；分部分项工程量计算；套定额计算综合基价值；工料分析价差调整计算、取费算造价；编写设计报告书、装订上交成果。

考核：根据提交的设计成果，结合设计过程对成绩进行综合评定

五、课程考核建议

课程考核按照项目分别考核，课程考核的成绩则是每个项目成绩累计之和。每个项目按照知识、能力、素质三方面进行考核，综合评价。考核可采用试卷、实操、作业、平常表现、小组互评等综合评定。

表 4 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	知识		40		50%	
	能力		40			
	素质		20			
项目二	知识		40		50%	
	能力		40			
	素质		20			

六、学习资源建议

（一）师资队伍。

本专业目前拥有一支业务精干、素质优良、结构合理、专兼结合、特色鲜明、具备“双师素质”、适应高等职业教育发展要求的高水平教师队伍。本专业现有全职专任教师 11 名，其中具有副高以上职称 5 人，讲师 3 人，双师素质教师 5 人，在读博士 1 人，硕士 8 人，市级优秀教师 1 人，80%有行业企业一线工作经验。本专业已形成了由专业带头人和中、青年教师组成的结构合理、素质较高、具有

较强教学与科研能力的双师型专业教学团队。

(二) 教学设施

1. 校内实训条件

建设工程管理专业（建设工程管理方向）校内实训条件

序号	实训室名称	主要设备、软件	实训室面积 (m ²)	实践教学项目
1	建筑识图与构造实训室	三层楼房建筑识图模型（横剖、水平剖）、钢筋混凝土骨架单层厂房结构模型、楼梯的组成及节点模型、卷材防水屋面构造模型、梁板配筋模型、挂图、实训用施工蓝图、G101 钢筋混凝土平面整体表示法图集、G101 梁柱节点三维配筋仿真软件等	70	建筑施工图识图实训、梁柱板配筋构造认识实训
2	建筑工程管理实训室	服务器、网络电脑、实训图纸、实训软件【广联达图形算量软件、广联达钢筋算量软件、广联达工程量清单计价软件、清华斯维尔项目管理软件、标书编制软件、施工平面图绘制软件、建筑工程资料编制与管理软件（含广东质量、市政、安全模块）、合同管理软件、施工安全计算软件、工程监理软件、结构力学求解器】、建筑与装饰工程综合定额、建设工程工程量清单规范、11G101 钢筋混凝土平面整体表示法图集	140	工程造价文件编制、工程资料编制、建筑 CAD 施工图绘制、施工组织设计文件编制
3	建筑工程测量实训室	全站仪、经纬仪、水准仪、钢尺、皮尺等测量仪器	70	房屋建筑工程定位放线实训、施工现场高程测量实训、建筑物变形测量实训
4	建筑工程项目管理沙盘实训室	电脑 12 台、项目管理沙盘分析软件、施工组织设计实训软件	140	工程项目管理沙盘模拟实训、施工组织设计文件编制
5	建筑施工仿真与 BIM 实训室	服务器、网络电脑、实训软件【建筑工程实训仿真软件、建筑识图虚拟仿真教学平台、土建工程量与钢筋工程量三维算量软件、BIM 算量等应用软件等】	140	建筑识图实训、建筑工程施工实训、BIM 建模实训、基于 BIM 工程计量与计价实训等

2. 校外实训基地

本专业已建立的校外实训基地有：汕头市达濠建筑总公司、汕头市建筑工程总公司、汕头市华建联工程造价咨询有限公司、广东新东方建设有限公司（原汕头市煌茂建筑有限公司）、广东精信工程造价咨询有限公司等校外实训基地，基本满足实践教学要求。

3. 信息网络教学条件

学院在图书馆、多媒体教室、教师办公室、会议室以及学生宿舍配置校园局域网或类似信息网络接口。

（三）参考文献与规范

（1）规范及标准

《建设工程工程量清单计价规范》；《工程建设标准设计图集》；《地方定额》；《企业定额》；《造价信息》等。

（2）教学参考书

《建筑工程量清单计量与计价》，邵正荣主编，黄河水利出版社

《土木工程概预算与清单计价》，孟新田主编，高等教育出版社

（3）相关网站

1. 造价软件网 <http://www.zaojiasoft.com.cn/>
2. 中国建设工程造价信息网 <http://www.ccost.com/>
3. 建筑论坛 <http://www.abbs.com.cn/bbs/>
4. 中国工程咨询网 <http://www.cnaec.com.cn/>
5. 中华钢结构论坛 <http://okok.org/>
6. 土木工程网 <http://www.tumugongcheng.cn/>
7. 中国工程监理人才网 <http://www.job2299.com/index.php>
8. 筑龙网 <http://www.zhulong.com/index.asp>
9. 工成网 <http://www.buildbook.com.cn/>

(4) 学术杂志

《工程造价管理》，中国建设工程造价管理协会主办

七、编制依据

该课程标准是依据工程造价专业教学标准以及工程造价专业专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《建筑构造与识图》

适用专业：_____ 建设工程管理专业 _____

_____ 工程造价专业 _____

编制单位：_____ 建筑工程管理专业教研室 _____

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0700940B	徐亚楠		庄严			

《建筑构造与识图》课程标准

课程名称：建筑构造与识图

课程类型：专业基础课（考试）

学时学分：96 学时（6 学分）

开设学期：第 1 学年第一学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是建筑工程类建筑工程管理专业和工程造价专业必修的一门既有系统理论又有较多实践的重要专业技能基础课。

（二）课程任务

本课程依据建筑工程预算员、招标员、投标员、测量员、BIM 技术员等职业岗位人员培养方案要求设置。通过本课程的学习，使学生比较熟练地利用正投影规律分析建筑物及其组成部分的形状和尺寸，熟练利用建筑构造原理和方法分析建筑物及其组成部分的材料和做法，能够熟练识读民用建筑施工图，领会设计意图。从而具有对房屋建筑构造的认知能力以及工程图样在实际中的绘图和读图能力，适应专业岗位需求。

（三）课程衔接

在课程设置上，平行课程有建筑力学与结构、建筑与装饰材料，后续课程有 G101 平法与构造详图应用、建筑工程计量与计价、建筑施工技术与组织、BIM 技术应用等。

二、课程目标

通过本课程学习，能够熟练运用建筑制图国家标准制图与识图，能辨识工程中各类民用建筑构造，能熟练识读建筑施工图，绘制出符合规范要求的建筑施工图。培养学生的空间想象能力和思维能力，初步学会适应建筑行业的环境，具有较强的质量意识，具有认真负责的工作态度和严谨细致的工作作风，具有分析与

解决具体问题的综合能力。

1. 掌握《房屋建筑制图统一标准》和《建筑制图标准》的基本规定，能利用制图工具对简单的图样进行绘制；

2. 理解正投影法的基本原理及其在建筑施工图与结构施工图中的应用，能根据实际形体绘制其三面投影图；

3. 掌握民用建筑构造，了解工业建筑的基本构造，能辨别工程中各类建筑构造的作用和类型；

4. 掌握建筑施工图的作用、内容及其识读方法和步骤，能熟练识读建筑施工图，会使用标准图集；

5. 具有良好的空间想象能力和思维能力；

6. 熟练与建筑工程有关的实际工程工作能力，具有较强质量意识和安全意识；

7. 具有认真负责的工作态度和严谨细致的工作作风，乐于团队协作。

三、课程设计

本课程以工作过程和学生认知规律确定课程结构，根据建筑工程工作领域对读图、识图职业能力要求，加强绘图练习（以增强在实际中对工程图样的绘图和读图能力的培养），减少构造内容（本部分内容在实践中可直接查找图集），增加施工图识读（以适应建筑技术发展对技术员工作能力的需要），形成“学习领域——学习情境——学习子情境”课程结构，在学习情境下设置若干个子学习情境，子学习情境做为基本教学单元，确定学习目标及学习内容。

表 1 课程总体设计

课程名称	建筑构造与识图			
情境名称	子学习情境	计划总学时：96		情境描述
		参考学时		
情境一 建筑制图基本知识	1. 建筑制图相关标准	3	6	1、教师带领学生查看建筑图“小型传达室平面图”，布置绘图任务；2、分解任务，教师讲解图幅、线型、比例等制图相关标准和制图基本技能；3、教师指导，学生完成绘图任务；4、教师检查、评价。
	2. 建筑制图基本技能	3		

情境二 投影图	1. 投影基本知识	6	18 (实训 6 学时)	该情境教学主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。 1、任务引入，教师带领学生查看校园内室外台阶，要求学生绘制“台阶”的投影图与剖面图；2、教师讲授，教师引导学生学习相关知识；3、学生决策，学生根据工程实际选择合适的图幅、比例，分析台阶特点和投影特点；4、独立完成，学生独立完成投影图和剖面图绘制；5、教师检查、评价。
	2. 体的投影	6		
	3. 剖面图和断面图	6		
情境三 建筑施工图	1. 民用建筑构造组成和分类	3	42 (实训 22 学时)	该情境教学中使用理实一体化教室，主要在《建筑构造与识图》实训室进行。 1、任务引入，教师对学生进行分组，给学生下发工程图纸和学习任务单，明确学习任务；2、教师讲授，教师引导学生进行相关知识的学习；3、学生决策，学生根据工程实际选择合适的识读方法，并学习相关规范和标准图集等；4、分组完成，通过课件演示和教师示范讲解后，各小组协作完成工程图样的识读；5、评价与总结，小组自评与互评完成识图的情况，教师点评各组成果。
	2. 建筑构造的基本要求和模数	3		
	3. 施工图首页及建筑总平面图	6		
	4. 建筑平面图	6		
	5. 建筑立面图	6		
	6. 建筑剖面图	6		
	7. 建筑详图	6		
	8. 建筑施工图综合识读	6		
情境四 建筑构造	1. 基础与地下室	3	30 (实训 12 学时)	该情境教学中理论教学采用多媒体结合课堂讲授方式，实训课程由教师带领学生参观校园内的已建建筑或者在建工程。 1、任务引入，教师给学生下发基本构造详图的抄绘任务或者要求学生根据实习参观内容制作个人 PPT 演示分享，学生进行分析，明确任务；2、教师讲授，通过对工程图样的描述，引导学生学习相关构造知识；3、独立完成，通过教师讲解后，学生独立完成工程图样的绘制或者在实习中要求学生根据参观内容制作 PPT 来强化记忆，教师进行必要的指导和监督；4、评价与总结，自评和教师点评成果。
	2. 墙体	6		
	3. 楼板层与地坪层	3		
	4. 楼梯	3		
	5. 屋顶	6		
	6. 门与窗	3		
	7. 变形缝	3		
	8. 工业建筑	3		
注：本课程计划总学时为 96 学时，其中理论学时 56，实训学时 40。				

四、课程内容与教学建议

本课程采取六步情境教学法，以学生为主体，以任务引领的体验式教学模式组织教学及考核。

六步教学法即在学习情境教学过程中，首先任务单引领，教师讲授任务，使学生明确工作任务和要求，引导学生独立学习；其次情境体验，课程内容结合生产案例，学生现场观察与测量建筑实体，“直观的”建筑实物引起学生的学习欲望；第三，分组讨论，学生组成学习小组，对照图纸和建筑实体，开发学生思维，锻炼学生善于动脑能力和团队协作能力；第四，启发引导，教师利用多媒体课件、模型、动画等，帮助学生更直观、形象理解授课内容；第五，成果展示，通过分组展示实训、作业成果，强化学生识读建筑施工图作图、识图能力；第六，评价激励，师生互动交流学习体会，评价学习成果，激发学生学习兴趣。

表 2 学习情境一

学习情境一：建筑制图基本知识		学时：6
学习任务	利用作图工具，绘制“小型传达室平面图”。	
学习目标	1、掌握建筑制图的基本标准； 2、掌握建筑图的绘制过程及方法。	
学习内容	1、建筑制图的基本标准； 2、图线的种类、用途及画法； 3、字体书写标准、尺寸标注、线性组； 4、比例和比例尺的用法； 5、绘图时注意的问题； 6、建筑图的绘制过程及方法。	
教学模式	案例教学法	
学习过程	1、查看教学任务，教师讲解图幅、线型、比例、尺寸标注、字体的要求及绘制（3学时）； 2、拓展讲解建筑制图标准的其他内容（3学时）； 3、由教师指导，学生进行绘制“小型传达室平面图”（课后）； 4、教师检查、评价。	
教学条件	多媒体结合课堂讲授	

学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1、能根据作业内容和指定图幅选择恰当的比例尺；</p> <p>2、运用建筑制图国家标准完成“小型传达室平面图”描绘。</p> <p>评价方式：</p> <p>1、过程性评价：绘图作业；</p> <p>2、终结性评价：卷考——选择题。</p>
------	--

表 3 学习情境二

学习情境二：投影图		学时：18
学习任务	利用作图工具，绘制校园内某“台阶”的投影图与剖面图。	
学习目标	<p>1、掌握正投影的基本特性及三面投影体系的建立；</p> <p>2、熟悉点、线、平面的三面投影；</p> <p>3、掌握形体投影图；</p> <p>4、掌握剖面图和断面图的分类和画法。</p>	
学习内容	<p>1、正投影的概念和基本特性；</p> <p>2、三面投影体系的建立，三面投影图上反映的方位；</p> <p>3、点、线、面的投影规律；</p> <p>4、基本平面体的投影规律；</p> <p>5、组合体的类型和投影图的画法；</p> <p>6、剖面图与断面图的概念和区别，剖面图与断面图的画法。</p>	
教学模式	案例教学法	
学习过程	<p>1、查看教学任务，教师讲解正投影和三面投影体系的建立（案例教学 3 学时）；</p> <p>2、教师讲解点、线、面和基本平面体的投影规律（案例教学 3 学时）；</p> <p>3、教师讲解组合体的投影图分类和画法（案例教学 3 学时，实训教学 3 学时）；</p> <p>4、教师讲解剖面图与断面图（案例教学 3 学时，实训教学 3 学时）。</p> <p>5、由教师指导，学生完成某“台阶”绘图任务（课后）；</p> <p>6、教师检查、评价。</p>	
教学条件	多媒体结合课堂讲授、实物模型教学	
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1、能完成简单立体图形的三面投影图绘图。</p> <p>2、选择合适的图幅和比例，完成某“台阶”的投影图与剖面图绘制。</p> <p>评价方式：</p> <p>1、过程性评价：绘图作业；</p> <p>2、终结性评价：卷考——选择题、作图题。</p>	

表 4 学习情境三

学习情境三：建筑施工图		学时：42
学习任务	教师给学生下发工程图纸和学习任务单，学生独立完成任务单。	
学习目标	1、了解民用建筑的分类及等级划分，掌握工业化的意义和建筑标准化的内容； 2、掌握总平面图的图示内容； 3、掌握建筑平面图的图示内容； 4、掌握建筑立面图的图示内容； 5、掌握建筑剖面图、墙身详图、楼梯间详图的图示内容和绘制方法。	
学习内容	1、民用建筑的分类、等级划分，建筑构造的基本要求； 2、总平面图的图示内容； 3、建筑平面图的图示内容； 4、建筑立面图的图示内容及其命名； 5、建筑剖面图、墙身详图、楼梯间详图的图示内容和绘制方法。	
教学模式	案例教学法、任务驱动教学法	
学习过程	1、查看教学任务，教师讲解民用建筑的基本内容（3 学时），建筑施工图的基本内容（3 学时）； 2、分发任务单，教师讲解建筑总平面图的相关内容（案例教学 3 学时，实训教学 3 学时）； 3、分发任务单，教师讲解建筑平面图的相关内容（案例教学 3 学时，实训教学 3 学时）； 4、分发任务单，教师讲解建筑立面图的相关内容（案例教学 3 学时，实训教学 3 学时）； 5、分发任务单，教师讲解建筑剖面图的相关内容（案例教学 3 学时，实训教学 3 学时）； 6、分发任务单，教师讲解建筑详图的相关内容（案例教学 3 学时，实训教学 3 学时）； 7、建筑施工图综合识图（实训教学 6 学时）。	
教学条件	多媒体结合课堂讲授、三套建筑施工图图纸	
学习评价	评价项目： 1、能根据建筑施工图图纸，完成教学任务单。 2、能根据建筑施工图图纸，分类设计教学任务单。 评价方式： 1、过程性评价：教学任务单； 2、终结性评价：卷考——选择题、简答题、读图题。	

表 5 学习情境四

学习情境四：建筑构造		学时：30
学习任务	1、完成指定构造详图的抄绘任务 2、根据实习内容制作建筑构造参观 PPT	
学习目标	1、理解地基与基础的相关概念，掌握地下室的防水构造及防潮构造； 2、理解墙体的作用、类型及设计要求，理解墙身防潮、窗台、明沟和散水的做法，掌握砌体墙的圈梁和构造柱的作用及设置要求； 3、掌握楼板层的设计要求与构造做法，掌握楼地面的细部构造，掌握阳台与雨篷的构造； 4、掌握楼梯的类型、施工方式和设计要求，掌握电梯的组成与设置； 5、掌握屋顶的作用、类型和设计要求，掌握屋顶的防水、排水构造，掌握坡屋顶的承重结构，掌握雨水口构造； 6、理解窗与门的作用和分类，掌握窗与门的设计要求，掌握影响窗与门尺寸的因素。 7、理解变形缝的概念和构造，掌握变形缝的设置； 8、理解工业建筑的特点、分类，掌握单层工业厂房的结构类型和构造组成。	
学习内容	1、基础的构造类型和埋置深度，地下室的分类，地下室的防水、防潮构造； 2、墙体的作用、类型和设计要求，墙体的组砌方式，墙身防潮，明沟和散水的做法，砌体墙的圈梁与构造柱，窗台的作法； 3、楼板层与地坪层的作用和组成，楼板层的设计要求，楼板层的构造做法，楼地面的细部构造，阳台与雨棚的构造； 4、楼梯的类型，楼梯的尺寸和设计要求，楼梯的细部构造，电梯的组成与设置； 5、屋顶的类型、组成和作用，平屋顶的防水、排水构造和设计要求，坡屋顶的承重结构，雨水口的构造； 6、窗与门的作用和分类，影响窗尺寸的因素，影响门尺寸的因素，遮阳板的基本形式； 7、变形缝的概念，伸缩缝的构造与设置，沉降缝的构造与设置，抗震缝的构造与设置； 8、工业建筑的特点，工业建筑的分类，单层工业厂房的构造组成和结构类型。	
教学模式	案例教学法、任务驱动教学法	

学习过程	1、查看教学任务，教师讲解基础和地下室（3学时）； 2、教师讲解墙体（3学时）、楼板层和地坪层（3学时）； 3、教师带领学生参观校园内已建建筑或在建工程(实训教学3学时)； 4、教师讲解楼梯（3学时）、屋顶（3学时）、窗与门（3学时）； 5、教师带领学生参观校园内已建建筑或在建工程(实训教学3学时)； 4、教师讲解变形缝（案例教学3学时，实训教学3学时）； 5、教师讲解工业建筑（3学时）； 6、学生完成建筑构造参观 PPT，分组汇报，教师指导和评价（实训教学3学时）。
教学条件	多媒体结合课堂讲授，到已建建筑或在建工程中参观实习
学习评价	评价项目： 1、能理解并抄绘各类建筑构造详图； 2、建筑构造汇报 PPT。 评价方式： 1、过程性评价：绘图作业、汇报 PPT； 2、终结性评价：卷考——选择题、简答题、作图题。

五、课程考核建议

1、考核方式

本课程属于实践性较强的课程，知识、技能与职业态度的培养主要靠平时积累和训练，因此课程考核采用阶段评价，过程性评价与目标评价相结合，理实一体化评价模式。关注评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、学生实践教学体会及考试情况，综合评价学生成绩。

以学习情境为划分，建立分段闭卷考试题库。在此基础上，以子学习情境为单元，编制实训练习和考试题库，每个理解的考核点至少 1-2 个，考点设置方式有选择题、简答题、作图题、读图题，任意组合形成形成期末试卷 4 套。

以定量方式呈现考核结果，课程成绩评定分为过程性评价和终结性评价两种。过程性评价贯穿于教学全过程，主要评价项目包括：上课考勤、作业和课题讨论，评价结果以 40%比例计入课程成绩。终结性评价在学期末进行，采取闭卷考试形式，以 60%比例计入课程成绩。以上比例可根据实际情况调整。

2、考核标准

考核标准应与本专业学生获取新知识、新技能的学习能力，团队活动的合作能力和解决实际问题的工作能力相结合。

表 6 期末成绩构成

项目		比例		备注
理论知识 (终结性评价)	情境一 建筑制图基本知识	5%	60%	闭卷考试,题目类型主要包括选择题、简答题、作图题、读图题
	情境二 投影的基本知识	10%		
	情境三 建筑施工图	25%		
	情境四 建筑构造	20%		
平时表现 (过程性评价)	考勤	5%	40%	——
	作业	20%		
	课题讨论	15%		

注：以上比例可根据实际情况调整。

六、学习资源建议

1、教材选用

优先选择：机械工业出版社出版、魏明主编的《建筑构造与识图》教材，
该教材为高职高专“十二五”国家级规划教材

参考教材：1、北京大学出版社出版、郑贵超主编的《建筑构造与识图》教材，该教材为 21 世纪全国高职高专土建系列技能型规划教材
2、中国建筑工业出版社出版、高远主编的《建筑构造与识图》教材，该教材为高职高专“十二五”国家级规划教材

2、教学资源

(1) 教学课件：《建筑构造与识图》教学 PPT；

(2) 网络资源：蓝墨云班课；

国家精品资源共享课《建筑构造与识图》(<https://www.icourse163.org>)

(3) 实际工程的工程图纸。

七、编制依据

该课程标准是依据建设工程管理专业和工程造价专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《招投标与合同管理实务》

适用专业：建设工程管理专业/工程造价专业

编制单位：建筑工程管理教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0702060B	林 旻	2019.04				

《招投标与合同管理实务》课程标准

课程名称：《招投标与合同管理实务》

课程类型：专业核心课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：第四学期

一、课程基本描述 《招投标与合同管理实务》课程是建设管理管理和工程造价专业重要的专业核心课程,工程合同管理知识及招投标知识是上述专业学生必修的专业核心知识;作为未来的建筑行业从业者,学习和掌握必要的工程合同管理和招投标知识和技能,即是将来工作的需要,也是时代的要求。

（一）课程性质

本课程是建设工程管理（工程造价）专业的核心课；是必修课程。

（二）课程任务

主要针对预算员、合同管理员、招标员、投标员、建造员、监理员、施工员、测量员、质检员、安全员、资料员、BIM 技术专员等岗位开设,主要任务是:培养学生在建设工程相关工作岗位参与招投标或合同管理工作能力,要求学生掌握国内工程招标投标的基本程序、方法、技能以及《合同法》知识和合同管理技能,了解国际工程招标投标要求的基本技能。

（三）课程衔接

在课程设置上,前导课程有建筑构造与识图、建筑与装饰材料、建筑结构基础与识图、建筑经济、建筑施工工艺、建筑施工组织、建筑工程计量与计价等专业课程,后续课程有建筑工程投标文件的质量检验与安全管理、建筑工程项目管理、工程造价管理等专业课程。

二、课程目标

通过本课程学习,学生掌握招投标实务、合同管理的内容、基本理论和方法,

培养学生的逻辑思维能力和严谨细致的做事习惯，提升学生分析问题、解决问题的能力，通过分组实训，提高学生的团队协作、沟通和组织能力，为未来从事建设工程工作打下基础。主要应达到以下目标：

（一）理论知识

1. 了解建筑市场体系和有形建筑市场的特点、作用，熟悉招标、投标相关机构的职责，熟悉招标、投标代理机构的职责。

2. 了解招标、投标的分类、方式、程序，熟悉招标、投标的含义，熟悉与工程招标、投标有关的主要法律法规。

3. 了解工程施工招标的条件、程序及相关规定，熟悉工程招标的方法，掌握招标信息的发布、招标文件的编制、资格审查的内容。

4. 掌握工程施工投标的程序、环节、策略，掌握投标项目施工方案的内容及编制方法，掌握投标报价的技巧及编制方法。

5. 熟悉合同及工程承包合同的类型、特征、含义及 FIDIC 土木工程施工合同条件的主要条款，理解合同法的基本原则，掌握合同订立的方法及合同履行过程中的权利义务。

6. 了解工程索赔的特点，掌握合同履行过程中索赔处理的方法及技巧。

（二）职业技能

1. 具有组织招标，即：选择招标方式、发布招标信息、编制招标文件、资格预审的能力。

2. 具有组织施工项目投标，即：收集招投标信息、策划投标竞争方案、组织编制投标施工组织设计、投标报价的能力。

3. 具有合同谈判、合同签订及履行过程中管理的能力。

（三）职业素质

1. 能清楚明了表达意见和传播信息，营造和谐的谈判气氛；

2. 能积极与人协调沟通，预防合同风险；

3. 面对危机，能沉着冷静化解矛盾，达到双方共赢；

4. 具备社会责任感，具有社会公益心。

三、课程设计

工程招投标与合同管理实务是将各个建筑市场主体联系在一起的有效途径，是形成工程管理专业课程之间有机联系的纽带。工程招投标与合同管理”课程具有将相关知识联系在一起的特殊作用，认识建筑市场的发展规律，需要经济学的知识。编制施工方案，需用到工程技术基础知识。编制报价书，需用到工程造价方面的知识。工程承包合同，又是后续工程质量管理、工程进度控制、工程安全管理、工程成本管理等工程项目管理内容的基础；从能力培养的角度来看，对于工程管理专业的学生，不但要有坚实的理论基础，而且要有较强的动手能力。

故此，本课程以工程项目招投标为载体，通过项目招标投标过程，让学生系统地、综合地运用所学的工程招投标、施工组织、建筑工程定额与预算的基本原理和基本技能，加深、巩固学生对所学知识的理解，指导学生比较完整的编制工程招标、投标文件、施工合同文件，培养学生工程招投标工作的实际操作能力。

本课程采用行动导向（项目教学、案例教学）教学模式，以学生为主体，以平时表现和实训结果及期末考试成绩为导向组织教学和考核。

表 1 课程总体设计

课程名称	招投标与合同管理实务			
情境名称	子情境描述	计划总学时： 72		情境描述
		参考学时		
情景一 招 投 标 绪 论	建筑市场概况	1	4	主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。老师讲述：1、建筑市场概念、分类及特点；2、建筑市场的主体和客体及建筑市场的资质管理；3、建设工程招标的概念、分类、原则、作用和意义；4、建设工程承包发包的内容和主要方式；5、建设工程招标投标的范围、规模 and 标准。6、通过练习题检查和评价学习效果。
	建设工程招标投标概述	3		
情景二 建 设 项 目 招 标	建设工程招标概述	4	12	主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。1、任务引入，由实例工程项目如何确定承包单位导入招标的形式和程序、招标文件、标底及控制价的编制要求；2、学生利用所学知识进行招标案例的分析；3、以学生为主体，模拟实例工程的招标；4、以案例题分析和模拟招标检查和评价授课效果。
	建设工程招标文件的编制	4		
	建设工程招标标底和招标控制价的编制	4		
情景三 建 设 项 目 投 标	建设工程投标概述	2	16	主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。1、任务引入，由实例工程项目如何参与投标导入投标的相关基础知识；2、老师
	建设工程投标	4		

	决策			讲述建设工程投标报价的一般规定、依据、原则；建设工程投标文件的组成及编制要求；3、学生利用所学知识进行招标案例的分析并改错。4、以学生为主体，模拟实例工程的投标活动。5、以案例题分析和模拟招标检查和评价授课效果。
	建设工程投标报价	4		
	建设工程投标文件的编制	6		
情景四 建设项目 开标评标 定标	建设工程开标	2	8	主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。1、情景引入，由建设工程交易中心开标现场实景导入开标；2、学生利用所学知识进行开标全过程案例的分析并改错。3、以学生为主体，模拟实例工程的开标评标定标并签订合同等活动
	建设工程评标	3		
	建设工定标	3		
情景五 建设工程 施工合同	合同的法律基础	2	14	主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。1、以工作和生活中的实例引出合同法律知识和合同管理在工程建设中的地位和作用。2、老师讲述合同的法律基础；建设工程施工合同体系；建设工程施工合同签订形式和工程合同的基本规定；重点讲解建设工程施工合同和施工合同(示范文本)的组成和内容；FIDIC 施工合同条件的应用。3、以案例题分析和施工合同编制来检查和评价授课效果。
	建设工程合同概述；	4		
	建设工程施工合同	4		
	FIDIC 施工合同条件概述	4		
情景六 建设工程 施工合同 履行及管理	建设工程施工合同履行的概念及原则；	1	8	主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。 1、老师讲述施工合同履行的概念和施工合同履行的原则；施工合同实施控制的概念；施工合同实施控制的内容和方法；施工合同变更的概念、起因及影响以及合同变更的概念。2、 通过练习题检查和评价学习效果。
	建设工程施工合同分析；	2		
	建设工程施工合同实施控制；	2		
	建设工程 施工合同变更 管理	2		
情景七 建设工程 施工索赔 及管理	建设工程施工索赔概述；	1	4	主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。 1、老师讲解施工索赔的作用、特征和分类；施工索赔程序与依据。2、以学生为主体，进行工程索赔案例的分析；3、通过案例和练习题来评价学习效果。
	施工索赔的处理；	3		
情景八 施工合同 争议的解 决	建设工程施工合同常见争议；	2	4	主要采用多媒体结合课堂讲授方式进行。1、老师讲解工程进度款支付、竣工结算及审价争议；工程工期拖延争议；安全损害赔偿争议；合同终止及合同终止争议；建设工程施工合同争议的解决方式。2、以
	建设工程施工合同争议的解	2		

	决方式及争议管理			学生为主体，通过案例让学生掌握合同纠纷处理方式的选择。
--	----------	--	--	-----------------------------

四、课程内容与教学建议

本课程以建设工程项目招投标为主线，通过老师授课，以大量案例辅助加深学生理解相关知识点。同时以学生为主体，模拟工程全过程的招标、投标、评标，并在这过程中，让学生掌握和运用有关理论、法律法规及工程实际管理技能。主要课程内容如下：

以某工程公开招标为载体，将学生划分为招标组和投标组，进行招投标模拟实训。

实训采取行动导向（项目教学）的教学模式，以学生为主体，以招投标全过程应用为导向组织教学及考核。具体设计内容如下：

（一）招标小组

- 1、发布招标公告
- 2、编制工程量清单
- 3、编制招标文件
- 4、准备资格预审
- 5、资格预审，发招标文件
- 6、答疑，编最高限价
- 7、发布最高限价
- 8、开标、评标
- 9、发布中标通知书
- 10、签订承包合同

（二）投标小组

- 1、获取信息
- 2、调研，熟悉图纸
- 3、获取投标报名表，填资格预审资料，申请预审
- 4、获取招标文件，勘察现场
- 5、参加答疑，编制施工组织设计

6、编制投标报价

7、编制投标文件、投标

8、优胜组签订合同

表 2 实训课程设计

序号	时间（天）	招标小组	投标小组	备注
1	1	发布招标公告	获取信息	
2	3-5	编制工程量清单 编制招标文件	调研，熟悉图纸，小组分工	
3	1	准备资格预审	获取投标报名表，填资格预审资料，申请 预审	
4	1	资格预审，发招标文件	获取招标文件，勘察现场	
5	3-5	答疑，编最高限价	参加答疑，编制施工组织设计	
6	3-5		编制投标报价	
7	1	发布最高限价	编制投标文件、投标	
8	1	开标、评标		
9	1	发布中标通知书		
10	1	签订承包合同	优胜组签订合同	
11		答辩	答辩	
12		教师总结		

表 3 学习情境一

学习情境一：绪论		学时:4
学习任务	建筑市场；建设工程招投标概述	
学习目标	1. 了解有形建筑市场的运作程序和熟知建筑市场的资质管理规定 2. 熟悉建设工程招投标活动的参与者主体的概念 3. 建设工程招标活动应具有的条件、权利、义务、范围。	
学习内容	1. 建筑市场概念、分类及特点；2. 建筑市场的主体和客体及建筑市场的资质管理；3. 建设工程招标的概念、分类、原则、作用和意义； 4. 建设工程承发包的内容和主要方式；5. 建设工程招投标的范围、规模和标准。	
教学模式	项目教学、案例教学	
学习过程	1、老师课堂授课，结合交易中心和招投标现场图片、视频 2、练习题作答	
教学条件	多媒体教室、视频播放软件等	
学习评价	(1) 学生的出勤情况、理论知识的运用与掌握情况进行评价。 (2) 评价方式： 过程性评价：提问、案例分析、课后作业；	

	终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题等。
--	-----------------------

表 4 学习情境二

学习情境二：建设项目招标		学时:12
学习任务	1. 编制招标文件 2. 组织招标	
学习目标	1. 了解有形建筑市场的运作程序和熟知建筑市场的资质管理规定基础知识的能力；2. 熟悉建设工程招标投标活动的参与者主体的概念及建设工程招标活动应具有的条件、权利、义务、范围的能力。	
学习内容	1. 建设工程招标概述；2. 建设工程招标文件的编制；3. 建设工程招标标底和招标控制价的编制关	
教学模式	项目教学、案例教学、模拟实训	
学习过程	1. 老师利用多媒体讲解招标范围、条件、程序及招标文件编制（8学时） 2. 学生进行案例分析(2学时) 3. 学生进行招标文件的编制(2学时)	
教学条件	1. 多媒体教室 2. 视频播放软件 3. 广东建筑信息网	
学习评价	（1）从学生的出勤情况、招标文件的编制水平、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、案例分析和解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。 （2）评价方式 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、简答题、分析题	

表 5 学习情境三

学习情境三：建设项目投标		学时:16
学习任务	1. 编制投标文件；2. 参与投标；	
学习目标	了解建设工程投标的相关基础知识；熟悉建设工程投标的基本概念及组织；掌握投标决策的基本概念及影响因素；掌握建设工程投标报价的一般规定、依据、原则等；掌握建设工程投标文件的组成及编制要求等。	
学习内容	建设工程投标概述；建设工程投标决策；建设工程投标报价；建设工程投标文件的编制	
教学模式	项目教学、案例教学、模拟实训	
学习过程	1. 老师利用多媒体讲解投标基础知识、投标决策及投标文件编制(12学时)	

	2. 学生进行案例分析(2 学时) 3、学生进行投标文件的编制(2 学时)
教学条件	1. 多媒体教室 2. 视频播放软件 3. 筑龙网.
学习评价	(1) 从学生的出勤情况、投标文件的编制水平、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、案例分析和解决问题的能力、协作沟通能力、责任心、学习态度等评价项目进行评价。 (2) 评价方式 过程性评价：提问、组长对组员评价、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、简答题、分析题

表 6 学习情境四

学习情境四：建设项目开评、评标、定标		学时:6
学习任务	组织开标、评标和定标	
学习目标	1. 熟悉建设工程开标的概念和程序；2. 熟悉建设工程评标的主要原则与评标组织设立的重要原则与评标组织设立的条件；3. 掌握工程评标的方法与评标的工作程序；4. 了解建设工程定标的基本概况	
学习内容	1. 建设工程开标；2. 建设工程评标；3. 建设工定标	
教学模式	项目教学、案例教学、模拟实训	
学习过程	1. 老师利用多媒体讲解招标范围、条件、程序及招标文件编制（2 学时） 2. 学生进行案例分析(2 学时) 3、学生进行开标评标及定标的模拟实训(2 学时)	
教学条件	1. 多媒体教室 2. 投标 PPT 3. 录音器 4. 记录表	
学习评价	(1) 从学生的出勤情况、开标评标及定标过程的组织能力、投标组竞标表现进行评价。 (2) 评价方式 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、模拟实训打分等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、分析题	

表 7 学习情境五

学习情境五：建设工程施工合同		学时:14
学习任务	1. 根据《建设工程施工合同（示范文本）》进行合同编制； 2. 合同谈判与签订；	

学习目标	对投标案例的一些细节进行了解。具备运用相关知识分析案例的能力；具备动投标程序并学会编制投标文件的基本方法
学习内容	建设工程招标概述；建设工程招标文件的编制；建设工程招标标底和招标控制价的编制关
教学模式	项目教学、案例教学、模拟实训
学习过程	1. 老师利用多媒体讲解招标范围、条件、程序及招标文件编制 (8 学时) 2. 学生进行案例分析(2 学时) 3、学生进行招标文件的编制(2 学时)
教学条件	1. 多媒体教室 2. 视频播放软件 3. 广东建筑信息网
学习评价	(1) 从学生的出勤情况、施工合同的编制质量、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、案例分析和解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。 (2) 评价方式 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、简答题

表 8 学习情境六

学习情境六：建设工程施工合同履行及管理		学时:8
学习任务	进行合同变更；	
学习目标	1. 了解施工合同履行的概念；2. 熟悉施工合同履行的原则；了解施工合同实施控制的概念；3. 熟悉施工合同实施控制的日常工作内容和方法；4. 熟悉施工合同变更的概念、起因及影响以及合同变更的概念	
学习内容	1. 建设工程施工合同履行的概念及原则；2. 建设工程施工合同分析；3. 建设工程施工合同实施控制 4. ；建设工程施工合同变更管理	
教学模式	项目教学、案例教学、模拟实训	
学习过程	1. 老师利用多媒体讲解施工合同履行及合同管理内容(6 学时) 2. 学生进行案例分析(2 学时)	
教学条件	多媒体教室	
学习评价	(1) 从学生的出勤情况、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、案例分析和解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。 (3) 评价方式 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题。	

表 9 学习情境七

学习情境二：建设工程施工索赔及管理		学时:6
学习任务	索赔管理	
学习目标	1. 了解施工索赔的作用；2. 熟悉施工索赔的特征和分类；3. 掌握施工索赔程序与依据和工期索赔的依据与规定。	
学习内容	1. 建设工程施工索赔概述；2. 施工索赔的处理；	
教学模式	项目教学、案例教学	
学习过程	1. 老师利用多媒体讲解索赔的作用、特征及分类；进行索赔的依据、计算及程序。(4 学时) 2. 学生进行索赔管理的案例分析(2 学时)	
教学条件	多媒体教室	
学习评价	(1) 学生的出勤情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、案例分析和解决问题的能力 (2) 评价方式 过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等； 终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、简答题	

表 9 学习情境八

学习情境二：工合同争议的解决		学时:4
学习任务	合同争议处理方式的选择；	
学习目标	了解工程进度款支付、竣工结算及审价争议；熟悉工程工期拖延争议；了解安全损害赔偿争议；熟悉合同终止及合同终止争议；熟悉建设工程施工合同争议的解决方式。	
学习内容	建设工程施工索赔概述；施工索赔的处理；	
教学模式	项目教学、案例教学	
学习过程	1. 老师利用多媒体讲解合同争议的类型、合同终止及争议处理的方式选择 (3 学时) 2. 学生进行案例分析(1 学时)	
教学条件	多媒体教室	
学习评价	(1) 从学生的出勤情况、招标文件的编制水平、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、案例分析和解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度等评价项目进行评价。	

	<p>(3) 评价方式</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析、课后作业等；</p> <p>终结性评价：闭卷考试——判断题、选择题、简答题、分析题</p>
--	---

(二) 教学建议：

本课程的教学应体现“以职业能力培养为核心，理论与实践相结合”

(1) 在课程建设上，以工学结合为切入点，基于工作过程开发课程体系，以建造员、招投标员、合同管理员等岗位需求为导向，选取真实工作岗位与工作任务相关的职业场景和工作过程设计和优化教学内容，体现职业针对性。

(2) 在课程改革上，以能力为本位，突出对学生专业能力与职业素质的培养，将职业资格取证与课程教学紧密相连，用职业资格考核代替课程期末考核。

(3) 教学过程以学生在招投标及合同谈判校内教学环境中按真实的工作流程及相关的工作岗位设计教学项目和实训项目，培育人才，以达到培养学生职业能力和社会能力的教学目标。

(4) 教学手段的创新。采用行为导向的教学组织方法，形成以工作任务为目标，以行动过程为导向，学教相辅的教学模式，激发学生的兴趣和创新思维，提高学生的综合职业能力。

(5) 以培养学生分析问题和解决实际问题能力为教学重点。

(6) 课程涉及大量的国家法律法规及国务院有关文件，应及时关注相关内容的更新（如教材中关于必须招标的工程项目国务院发改委 2018 年 8 月已作出修订），以确保各知识点的正确性。建议教材应至少 3 年更新一次。

五、课程考核建议

1. 考核方式

1) 期末闭卷笔试作为主要考核方式，占学生本课程总成绩的70%。

2) 平时成绩包括出勤、平时作业、课堂训练和课堂问答成绩，占学生本课程总成绩的 30%，其中，学生参与实训的表现占本项分值的 50%。

2. 考核标准

考核标准应与本专业学生未来从事工作的职业能力和任职的上岗条件相紧密结合，努力贴近实践需求。

六、学习资源建议

1. 教材：

《工程项目招投标与合同管理》 刘 宇 赵继伟 高磊主编 北京理工大学出版社 2018.6

2. 参考书：

1、参考教材：《工程招投标与合同管理实务》 杨 锐 王 兆 王 颢
编著 机械工业出版社 2012.11

2、参 考 书：《建设工程合同管理》 余立中 编著 华南理工大学出版社 2011.1

3. 教学参考网站：

1. 中 华 人 民 共 和 国 住 房 和 城 乡 建 设 部
<http://www.mohurd.gov.cn/wbdt/xzzx/sfwb/>
2. 中国工程咨询网 www.cnaec.com.cn
3. 广东建筑信息网 <http://www.gdcic.net/>
4. 筑龙网 www.zhulong.com
5. 工成网 www.buildbook.com.cn
6. 土木在线 co.163.com

七、编制依据

该课程标准是依据建设工程管理专业和工程造价专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《旅行社产品策划》

适用专业：旅游管理（旅行社经营管理方向）

编制单位：旅游与文秘教研室

2019 年 5 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0703224B	陈东东	2019.4	潘丽辉	2019.5		

《旅行社产品策划》课程标准

课程名称：旅行社产品策划

课程类型：专业核心课程

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：第四学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是旅游管理（旅行社经营管理方向）专业的专业核心课程。通过本课程的学习，培养学生树立科学的市场意识和旅行社产品策划理念，熟悉设计程序，掌握实用的旅游产品策划手段与方法，关注各类新产品设计应该注意的问题，从而锻炼和提高新产品设计与操作的能力。

（二）课程任务

主要针对旅游营销、计调、外联、基层主管等岗位开设，主要任务是培养学生的旅游产品市场意识及旅行社产品的策划、营销能力，从而使学生能够胜任在营销、计调、基层主管工作岗位中与产品策划、开发相关的岗位，为就业打下基础。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《旅游概论》、《旅游心理学》、《中国旅游地理》《旅游经济概论》《旅游政策法规》《旅游美学》等课程，后续课程有《导游技能综合实训》、《旅行社门市接待和市场营销综合实训》、《旅行社计调和采购综合实训》、顶岗实习等课程。

二、课程目标

通过本课程学习，学生能全面理解旅行社产品的定义、旅行社产品的分类、旅行社产品的构成要素和市场定位、旅行社产品策划的方法和原则、旅行社产品

策划业务流程以及旅游产品推广策划等，培养学生创新能力、市场意识、服务精神。

1. 能够熟练掌握旅游市场的运行规律、旅游产品开发技能，能独立开发出适销对路的旅游产品；

2. 掌握旅游产品成本核算、产品定价，能合理制定新产品价格；

3. 掌握促销和策划的技巧与技能，能策划组织各类促销活动；

4. 熟练掌握旅游政策与法规，具备旅游合同签署的能力，能独立完成旅游产品的销售和合同签署工作；

5. 熟练掌握旅游销售渠道的构建和管理技能，能有效构建新渠道并维护渠道关系。

6. 具有良好的职业道德与敬业精神、敏锐的市场意识和创新精神。

三、课程设计

本课程以旅行社产品（线路）创新策划方案项目为载体，选取 7 个内容作为学习情境；根据岗位（群）工作任务要求，确定学习目标及学习任务内容。

本课程采取行动导向（项目教学、案例教学）教学模式，以学生为主体，以旅行社产品（线路）的策划操作过程为导向组织教学及考核。

表 1 课程总体设计

课程名称	《旅行社产品策划》	计划总学时：72
情境名称	情境描述	参考学时：
全面认识旅行社产品	对旅行社产品的含义、特点、构成和分类，旅行社产品内外部关系和转化等有一个全面系统的认识。	总课时：4 理论课：4 实践课：0
旅行社产品的开发过程	对旅行社产品设计的主要内容和影响因素进行分析，探讨旅行社产品设计的指导思想和应遵循的基本原则，认识并掌握产品开发的一般过程，并对我国现阶段旅行社产品的现状、存在的问题及解决方法进行探索。	总课时：8 理论课：6 实践课：2
旅行社产品的消费市场分析	引入营销导向的理念，学生通过学习，了解、掌握旅行社产品营销的内外部环境、旅行社产品	总课时：8 理论课：6

	消费市场形成的条件及特点、时间和空间的行为规律。	实践课：2
不同类型的旅行社产品设计	<p>针对目前旅行社产品设计的发展趋势，着重介绍观光游产品、休闲游产品及专项旅游产品中的商务游产品、老年游产品、自驾游产品、婚庆游产品、体育游产品、事件游产品等的主要方法及设计思路。</p> <p>学生掌握相关理论点后，以小组方式自选主题，进行产品线路设计，最后，成果以 ppt 及海报方式进行展示分享。</p>	总课时：18 理论课：8 实践课：10
旅行社产品的营销组合	<p>对旅行社产品的品牌、价格、销售渠道、促销等基本概念和方法策略进行详细阐述，学生掌握旅行社产品市场营销组合的基本内容和方法方式。</p> <p>实践课程以小组方式，对上个课时设计的产品进行相应的营销策划，最后，成果以 ppt 及宣传海报方式进行展示分享。</p>	总课时：16 理论课：8 实践课：8
旅行社产品采购	掌握旅行社产品采购的实质、原则，通过实际案例了解旅行社产品采购的一半过程，以及如何保障旅行社产品采购的质量。	总课时：8 理论课：8 实践课：0
旅行社产品质量管理	学生能够理解旅行社产品质量和质量管理的概念，掌握其内外部评价标准，了解 ISO 9000 在旅行社产品设计中的应用，掌握旅行社经营中面临的主要风险及规避风险的措施，以及各类突发事件的处理方法。	总课时：10 理论课：8 实践课：2

四、课程内容与教学建议

指对某一个具体学习情境的实施设计。根据课程目标和涵盖的工作任务要求，按学习领域（或任务或工作项目等）顺序描述课程内容及具体要求，说明学生应获得的知识、培养的能力与素质。

表 2 学习情境设计

学习情境一：全面认识旅行社产品		学时:4
学习任务	掌握旅行社产品的含义、特点、构成和分类 充分理解旅行社产品内外部关系和转化	
学习目标	通过对本章的学习，学生能够较为全面地了解旅行社产品的概念，为后续章节的学习打下理论基础。	
学习内容	1. 旅行社产品的概念与特点 2. 旅行社产品的构成要素与分类 3. 旅行社产品的内外部关系及其转化	
教学模式	行动导向（案例教学）	

学习过程	1. 旅行社产品的概念与特点、构成要素与分类(2 学时) 2. 旅行社产品的内外部关系及其转化(2 学时)
教学条件	运用多媒体教学、案例分析、讲授等方法
学习评价	评价项目： 1. 能解释旅行社产品的含义、阐述其特点； 2. 能对旅行社产品的构成和分类进行划分； 3. 能理解并分析旅行社产品构成要素之间的关系及转换； 4. 能理解并分析旅行社产品之间的关系及转换； 5. 最后能分析相关案例 评价方式： 1. 过程性评价：提问、课后作业等； 2. 终结性评价：卷考——判断题、选择题等。

学习情境二：旅行社产品的开发过程		学时:8
学习任务	1. 了解旅行社产品的主要内容； 2. 理解旅行社产品设计的指导思想与原则； 3. 掌握旅行社产品开发的一般过程。 4. 探讨并分析现阶段我国旅行社产品存在的主要问题	
学习目标	通过对本章的学习，学生能够较为全面地了解旅行社产品的概念，为后续章节的学习打下理论基础。	
学习内容	1. 旅行社产品的主要内容和影响因素； 2. 旅行社产品设计的指导思想与原则； 3. 旅行社产品开发的一般过程。 4. 现阶段我国旅行社产品存在的主要问题	
教学模式	行动导向（案例教学）	
学习过程	1. 通过讲授法、比较法和案例分析法，对旅行社产品的主要内容和影响因素、旅行社产品设计的指导思想与原则进行详细阐述；（3 学时） 2. 通过思维导图法对旅行社产品开发的一般过程进行分析，并指导学生课下进行简单的操作；（4 学时） 3. 引导学生结合出游及带团经验，思考现阶段我国旅行社产品存在的主要问题，探讨解决办法。（1 学时）	
教学条件	运用多媒体教学、案例分析、讲授等方法	
学习评价	评价项目： 1. 能阐述旅行社产品的主要内容及其影响因素； 2. 能理解并熟记旅行社产品设计的指导思想与原则； 3. 能熟记并简单操作旅行社产品开发的一般过程； 4. 能客观地、有时效性地评价现阶段我国旅行社产品存在的主要问题 评价方式： 1. 过程性评价：提问、操作效果、课后作业等；	

	2. 终结性评价：卷考——判断题、选择题，简答题等；	
学习情境三：旅行社产品的消费市场分析		学时:8
学习任务	1. 了解旅行社的内外部经营环境； 2. 掌握旅行社产品消费市场的形成原因、特点及其影响因素； 3. 掌握旅行社产品消费市场的时空行为规律。	
学习目标	通过对本章的学习，让学生全面了解旅游消费者的行为习惯和心理需求，并掌握分析旅游市场的方法，培养市场意识和服务意识，能根据市场需求研发设计产品。	
学习内容	1. 旅行社经营环境分析； 2. 旅行社产品消费市场的形成与特点； 3. 旅行社产品消费市场的时空行为规律分析。	
教学模式	行动导向（案例教学）	
学习过程	1. 通过讲授法、比较法和案例分析法，对旅行社的内外部经营环境进行详细阐述；（2 学时） 2. 结合相关案例，分析旅行社产品消费市场的形成与特点；（2 学时） 3. 运用案例分析法，对旅行社产品消费市场的时空行为规律进行系统分析。（4 学时）	
教学条件	运用多媒体教学、案例分析、讲授法、计算机辅助设计等方法	
学习评价	评价项目： 1、能理解并分析旅行社产品的内外部经营环境； 2. 能掌握旅行社产品消费市场的形成原因、特点及其影响因素； 3. 能对旅行社产品消费市场的时空行为规律进行案例分析。 1. 过程性评价：提问、课后作业等； 2. 终结性评价：卷考——判断题、选择题，简答题、问答题等。	
学习情境四：不同类型的旅行社产品策划设计		学时:18
学习任务	根据旅游内容分类，掌握旅行社 8 大类型产品的具体内容和策划思路； 根据设计要点，对不同主题的旅游线路进行创新策划，并运用计算机软件进行辅助设计。	
学习目标	通过对本章的学习，学生能够按照旅游活动内容来区分不同主题类型的旅行社产品及其设计要点，对产品设计实例进行分析与探讨，并对不同类型的旅游产品（线路）进行创新策划。	
学习内容	1. 拓广市场“观光游”产品及其设计思路 2. 新颖市场“休闲游”产品及其设计思路 3. 潜力市场“商务游”产品及其设计思路 4. 朝阳市场“老年游”产品及其设计思路	

	5. 开拓市场“自驾游”产品及其设计思路 6. 创意市场“婚庆游”产品及其设计思路 7. 健身市场“体育游”产品及其设计思路 8. 偶发机缘“事件游”产品及其设计思路
教学模式	行动导向（案例教学、项目教学）
学习过程	1. 结合案例，对旅行社产品的8大类型分别进行阐述及分析（8学时） 2. 运用设计要点，指导学生对旅游线路进行创新策划操作。（10学时）
教学条件	运用多媒体教学、案例分析、讲授法等方法
学习评价	评价项目： 1. 能充分掌握旅行社8大类型产品的概念、特点及其设计思路； 2. 能对产品设计实例进行分析与探讨； 3. 能根据市场要求，运用设计要点，设计有针对性的旅游产品（线路）。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、作品展示（ppt 文案、宣传海报）等； 2. 终结性评价：卷考——选择题、案例分析题等。
学习情境五：旅行社产品的营销组合	
学时:16	
学习任务	掌握旅行社产品的品牌、价格、销售渠道、促销等基本概念和方法策略； 能根据任务要求，为前章已设计的旅游产品（线路）制定合适的营销组合。
学习目标	通过对本章的学习，学生能够掌握旅行社产品的市场营销组合的基本内容、营销过程和方法方式。
学习内容	1. 旅行社产品的品牌塑造 2. 旅行社产品的价格制定 3. 建立旅行社产品的销售渠道 4. 开展旅行社产品促销活动
教学模式	行动导向（案例教学、项目教学）
学习过程	1. 旅行社产品的品牌塑造（2课时） 2. 旅行社产品的价格制定（2课时） 3. 建立旅行社产品的销售渠道（2课时） 4. 开展旅行社产品促销活动（2课时） 5. 旅行社产品营销组合操作训练及汇报展示（8课时）
教学条件	运用多媒体教学、案例分析、讲授法、计算机辅助设计等方法
学习评价	评价项目： 1. 能掌握旅行社产品一系列营销过程。 2. 能运用营销方法策略，对旅游产品（线路）进行合理、创新

	营销组合。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、作品展示（ppt 文案、宣传海报）等； 2. 终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题、案例分析题等。	
学习情境六：旅行社产品采购		学时:8
学习任务	掌握旅行社产品采购的概念、原则 掌握旅行社产品采购的一般采购过程 了解旅行社产品采购的合同管理及注意事项	
学习目标	通过本章的学习，学生能够较为全面地了解旅行社产品的采购过程、相关合同管理和注意事项	
学习内容	1. 旅行社产品的采购实质及原则 2. 旅行社产品的采购过程 3. 旅行社产品采购合同管理 4. 保障旅行社产品的采购质量	
教学模式	行动导向（案例教学）	
学习过程	1. 旅行社产品采购的概念、原则(2 学时) 2. 旅行社产品采购的一般采购过程(3 学时) 3. 旅行社产品采购的合同管理及质量保障（3 学时）	
教学条件	运用多媒体教学、案例分析、讲授等方法	
学习评价	评价项目： 1. 能理解旅行社产品采购的实质； 2. 能理解并对旅行社产品采购的原则进行阐述； 3. 能掌握旅行社产品采购合同的基本内容及签订过程； 4. 能正确处理旅行社产品采购中的相关关系。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、课后作业等； 2. 终结性评价：卷考——判断题、选择题、案例分析题等。	
学习情境七：旅行社产品质量管理		学时:10
学习任务	掌握旅行社产品的含义、特点、构成和分类 充分理解旅行社产品内外部关系和转化	
学习目标	通过本章的学习，学生能够理解旅行社产品质量和质量管理的概念，掌握其内外部评价标准，了解 ISO 9000 在旅行社产品设计中的应用，掌握旅行社经营中面临的主要风险及规避风险的措施，以及各类突发事件的处理方法。	
学习内容	1. 旅行社产品质量及其标准 2. 旅行社产品质量管理 3. 旅行社产品经营的风险管理	
教学模式	行动导向（案例教学）	

学习过程	1. 系统阐述旅行社产品质量的概念及其特性、基本标准(2 学时) 2. 结合实际案例,介绍旅行社产品质量管理的内涵、ISO 9000 与旅行社产品质量的管理关系(2 学时) 3. 结合实际案例,具体分析旅行社产品经营中面临的的主要风险、风险管理的主要步骤、避免风险的主要措施(4 学时) 4. 旅行社产品的危机处理(2 学时)
教学条件	运用多媒体教学、案例分析、讲授法等方法
学习评价	评价项目: 1. 能解释旅行社产品质量的概念及其特性、基本标准; 2. 能理解旅行社产品的质量管理的内涵、ISO 9000 与旅行社产品质量的管理关系; 3. 能结合实际案例,分析旅行社产品经营中面临的的主要风险、掌握风险管理的主要步骤、避免风险的主要措施; 评价方式: 1. 过程性评价:提问、课后作业等; 2. 终结性评价:卷考——判断题、选择题、案例分析题等。

五、课程考核建议

考核方式上,采用形成性与终结性评价相结合的理论考试、产品设计、阶段测试等多种考核方式,理论考试(30%)+产品设计(50%)+阶段测试(20%)。理论考试重在评价旅行社产品设计与营销课程的理论学习情况,占总成绩的30%;作品设计重在评价学生对旅行社产品设计思路及营销理论知识转化为实践的能力,以及对设计方法策略的掌握、操作程度及创新能力的表现,占总成绩的50%;阶段测试成绩主要包括考勤、课前预习完成情况、课堂表现环节的表现,占总成绩的20%。

六、学习资源建议

本课程推荐使用教材为《旅行社产品设计》,由谢彦君总主编、旅游教育出版社出版的高职高专旅游管理类专业规划教材,具有针对性。

主要的辅助参考书是《旅游产品设计与操作》,由张素娟等主编、化学工业出版社出版,增加案例实践操作。

七、编制依据

该课程标准是依据高职高专旅游管理专业教学标准以及 2019 级旅游管理专业（旅行社经营管理方向）专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《导游概论与实务》

适用专业：_____ 旅游管理专业 _____

编制单位：_____ 旅游文秘教研室 _____

合作单位：_____ 深圳新景界国旅； _____ 广州南湖国旅； 广东新旅程

旅行社； _____ 汕头市文体广电旅游局； _____ 汕头大学 _____

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0700220B	孙庆春	2008.10	孙庆春 张荆艳	2019.04		

《导游概论与实务》课程标准

课程名称：导游概论与实务

课程类型：专业必修课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：大学一年级第二学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

依据高职旅游管理专业“培养德、智、体、美全面发展，掌握旅游企业管理和服务的基本知识与技能，具有与旅行社工作岗位相适应的职业素质和职业技能，能够胜任导游、前台接待、营销、计调等工作岗位的高素质技能型专门人才”的培养目标，《导游概论与实务》课程是高职旅游管理专业学生的专业核心课程，学生通过学习本课程的基本理论和基础知识，掌握本课程的技能操作，能够显著培养学生认知导游工作、感受导游服务属性、体验导游服务文化、提升导游素养、发展导游工作职业能力。

（二）课程任务

《导游概论与实务》课程采用“层级递进”逻辑顺序方式，培养学生全方位的职业能力。

1. 通过本课程学习，第一层次是培养学生的导游服务工作基本理论、基础知识、技能规范、职业素质，培养学生全方位的导游服务工作能力，全方位的导游服务工作技能规范、全方位的导游服务工作职业素养；是初级层次；

2. 通过本课程学习，第二层次是培养学生熟练掌握导游带团服务程序、导游带团服务技能、导游讲解技能、导游应变能力、导游服务职业素养，不

断提高学生的导游操作技能，培养学生独立工作能力，独立完成地陪、全陪、领队、景区景点导游服务工作程序，按照导游服务质量国家标准《GB/T15971-1995 导游服务质量》为游客提供标准化导游服务；是中级层次；

3. 通过本课程学习，第三层次是对接全国导游资格考试，培养学生通过考试，获得《中华人民共和国导游员资格证书》，进而取得《导游证》，获得进入导游行业的资格；同时培养学生的导游职业素养，培养学生综合职业素质，实现高技能人才培养目标，为旅游企业培养高层次技能与管理人才，培养旅游职业经理人，实现同旅游行业企业无缝对接，顶岗实习到毕业后直接上岗，节约旅游企业再培训的时间和成本，为旅游企业创造价值，为社会就业创造价值，发挥旅游管理专业的自身价值，实现开设《导游概论与实务》课程的教学价值，回馈社会和行业，反馈学生培养质量全方位信息，力争形成良性学生、教学、学院管理、学生毕业、学生就业、学生质量的良性反馈循环；是高级层次。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《旅游学概论》、《中国旅游地理》、《管理学基础》等课程，后续课程有《旅行社经营与管理》、《模拟导游》、《茶艺》等课程。

二、课程目标

（一）总体目标

根据汕头职业技术学院旅游管理专业人才培养方案中对专业培养学生目标和导游从业人员的任职要求，《导游概论与实务》课程的教学目标设定为突出学生导游服务技能在整个专业能力中的核心地位，以理论知识扎实、实践技能突出、职业素质养成为总基调，强调导游服务理论、导游服务技能、导游职业素养、导游社会能力四方面的全面协调发展与有机结合，突出通过课程教学，服务旅游管理专业群、服务旅游行业。

同时，以任务驱动方式，岗位导向方式，课程全面贯彻落实导游职业能力的培养为重点，通盘考虑社会、行业、学院发展、地方经济、学生、教师、教学“硬件”与“软件”条件，确定课程教学的知识目标、技能目标、素质目标与学生发展目标。

（二）职业能力共性目标

根据与企业专家共同研讨企业岗位典型工作任务，通过专业群整体设计确立

的本课程应承担的职业能力培养目标如下：

1. 导游职业专业能力

- ①掌握地陪导游的服务规范和带团技巧；
- ②掌握全陪导游的服务规范和带团技巧；
- ③掌握散客导游的服务规范与技巧；
- ④学会正确处理导游带团中各种特殊问题。

2. 导游方法能力

- ①独立完成岗位工作的设计能力；
- ②通过学习获取知识和经验的能力；
- ③信息获取、加工与处理利用能力；
- ④语言和口头表达、书面表达及讲解能力；
- ⑤总结完善，提升素质以满足岗位需求的能力。

3. 导游社会能力

- ①爱国爱家、传播文明、服务社会能力；
- ②人际交往、协调沟通、团队合作能力；
- ③国际合作、传播友谊、国际视野能力；
- ④擅长经营、精通管理、职业发展能力。

（三）课程教学目标

根据专业群整体设计确立的课程应承担的职业能力培养目标，本课程按导游工作专业能力的培养为主线，设计项目（或任务）形成课程结构，并通过教学活动的设计融入方法与社会能力的培养。

（1）知识目标

通过本课程的学习，使学生具备良好的旅游职业道德，使学生理解导游员基本概念、分类、工作职责、素质要求、导游服务质量标准、导游词创新、服务艺术等内容，掌握做一名合格的导游员必须具备的理论知识，各种导游服务的程序与规范化管理知识，掌握导游服务规范与程序，熟悉导游业务相关知识，学会导游带团中问题的处理。并在情感、礼仪等各方面都有所提高。

（2）技能目标

通过本课程的学习，使学生在理论的指引下能够为旅游者提供规范化和个性化的服务，掌握带团服务、讲解服务、旅行生活服务等导游常用技能，提高学生

导游服务能力、语言讲解能力、组织协调能力和分析处理问题的能力，使学生初步形成具有自身风格和特色的导游服务形式。

（3）素质目标

通过本课程的学习，使学生具备良好的职业道德素质，健康的身心理素质，较强的语言能力、沟通能力和人际交往能力，良好的礼貌礼仪形象，形成爱岗敬业、踏实肯干、具有良好服务意识的专业素养。

（4）学生发展目标

通过本课程的学习，使学生能顺利通过导游人员资格考试，取得导游证，获得进入导游行业的资格。在此基础上，通过在行业发展，能够为学生职业素质养成、职业生涯发展、职业经理人、职业管理者、职业经营者等各个职业类型和职业岗位向更高层次发展奠定坚实的基础，帮助学生树立正确的职业观，为学生就业后的职业生涯发展提供基础性保障。

三、课程设计

（一）课程设计依据

1. 政策文件依据

依据和参照中华人民共和国教育部 2018 年 10 月下发《关于征求对〈高等职业学校专业教学标准（2018 年）〉意见的通知》（教职成司函〔2018〕147 号）文件。

2. 指导思想依据

依据教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高〔2006〕16 号）文件精神，课程建设与改革是提高教学质量的核心，也是教学改革的重点和难点。高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程，根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，参照相关的职业资格标准，改革课程体系和教学内容。建立突出职业能力培养的课程标准，规范课程教学的基本要求，提高课程教学质量。要积极推行与生产劳动和社会实践相结合的学习模式，把工学结合作为高等职业教育人才培养模式改革的重要切入点，带动专业调整与建设，引导课程设置、教学内容和教学方法改革。高等职业院校要强化质量意识，尤其要加强质量管理体系建设，重视过程监控，吸收用人单位参与教学质量评价，逐步完善以学校为核心、教育行政部门引导、社会参与的教学质量保障体系。发挥行业企

业和专业教学指导委员会的作用，加强专业教学标准建设。

3. 专业实际依据

汕头职业技术学院旅游管理专业自 2002 年设立以来，在课程标准建设上，相关课程标准较少，制定《导游概论与实务》课程标准，既有迫切性，又有必要性。迫切性是可以将十几年来开设旅游管理专业的实践经验和教学经验加以总结，更好地指导旅游管理专业的课程教学，为其他课程提供积极的借鉴作用。同时，制定以《导游概论与实务》为专业核心课程之一的课程标准，也能够为旅游管理专业专业群建设、中高职教育教学标准衔接建设、培养高素质人才建设、服务地方经济社会发展建设起到积极的促进作用。必要性是指如果没有课程标准，课程教学工作、教学内容无法深入到行业和社会发展的前沿地带，无法带动和融合课程教学工作与行业社会的实际导游服务需求，无法把握和打通导游发展的时代发展脉络。

（二）课程总体设计

表 1 课程总体设计

课程名称		计划总学时：72		
情境名称	情境描述	参考学时		
		理论学时	实践学时	学时合计
导游服务	导游服务工作 导游服务属性	2		2
导游员	认知导游员 导游员产生与发展	2		2
导游职业道德与修养	导游职业道德 导游职业修养	2		2
地陪服务规程与服务质量	地陪导游服务规程 地陪导游服务质量	4	2	6
全陪服务规程与服务质量	全陪导游服务规程 全陪导游服务质量	4	2	6
领队服务规程与服务质量	领队服务规程 领队服务质量	4	2	6
景区导游服务规程与服务质量	景区导游服务规程 景区导游服务质量	4	2	6
散客服务规程与服务质量	散客服务规程 散客服务质量	4	2	6
导游人员的语言技能	导游语言概述 导游语言技能	4	2	6
导游人员的带团技能	导游带团概述 导游带团技能	4	2	6

导游人员的讲解技能	导游讲解概述 导游讲解技能	4	2	6
导游人员的应变技能	导游应变须知 导游应变技能	4	2	6
旅行社知识	旅行社概述 旅行社常识	4		4
出入境知识	出入境概述 出入境常识	2		2
交通知识	交通概述 交通常识	2		2
货币与保险知识	货币与保险概述 货币与保险常识	2		2
其他常识	自然天象常识 物理、计算等常识	2		2
合计		54	18	72

四、课程内容与教学建议

（一）课程内容

第一章 导游服务

教学内容：

第一节 导游服务的内涵与类型

第二节 导游服务分发展历程

第三节 导游服务的性质、特点与原则

第四节 导游服务的地位与作用

基本要求：

了解导游服务的产生、地位、作用，未来旅游活动的发展趋势；掌握我国导游服务的产生与发展、导游服务的范围、性质与特点等内容。

第二章 导游员

教学内容：

第一节 导游员的概念与分类

第二节 导游员的从业素质

第三节 导游员的职责要求

基本要求：

了解海外领队的基本职责；熟悉导游员应当具备的条件；掌握导游员的涵义、

分类；全陪、地陪基本职责；掌握导游员应具备的从业素质。

第三章 导游职业道德与修养

教学内容：

第一节 导游职业道德

第二节 导游修养和行为规范

第三节 导游仪容仪表礼仪

第四节 导游言谈举止礼仪

第五节 导游人员人际交往礼仪

基本要求：

掌握导游员的职业道德要求；熟悉导游修养和行为规范；熟悉导游相关礼仪要求。

第四章 地陪导游服务规程与服务质量

教学内容：

第一节 接待前的准备工作

第二节 接待过程中的服务

第三节 接待结束阶段的工作

基本要求：

掌握地陪导游员在旅游接待的工作程序和各项工作内容，并具备相应的实践操作能力。

第五章 全陪导游服务规程与服务质量

教学内容：

第一节 接待前的准备工作

第二节 接待过程中的服务

第三节 接待结束阶段的工作

基本要求：

掌握全陪导游员在旅游接待的工作程序和各项工作内容，并具备相应的实践操作能力。

第六章 海外领队导游服务规程与服务质量

教学内容：

第一节 接待前的准备工作

第二节 接待过程中的服务

第三节 接待结束阶段的工作

基本要求：

掌握海外领队导游员在旅游接待的工作程序和各项工作内容，并具备相应的实践操作能力。

第七章 景区导游服务规程与服务质量

教学内容：

第一节 接待前的准备工作

第二节 接待过程中的服务

第三节 接待结束阶段的工作

基本要求：

掌握景区导游员在旅游接待的工作程序和各项工作内容，并具备相应的实践操作能力。

第八章 散客旅游服务规程与服务质量

教学内容：

第一节 散客旅游服务类型与特点

第二节 散客旅游服务规程与服务质量

基本要求：

掌握散客旅游服务的工作程序及相关工作内容，并具备相应的实践操作能力。

第九章 导游人员的语言技能

教学内容：

第一节 导游语言的内涵及特性

第二节 导游口头语言表达技巧

第三节 导游态势语言运用技巧

第四节 导游语言的沟通技巧

基本要求：

了解导游语言的概念、特点，熟悉导游语言的基本要求，掌握口头语言的表达方式和体态语言的运用；熟悉导游讲解的原则和要求。

第十章 导游人员的带团技能

教学内容：

第一节 导游人员带团的特点及原则

第二节 导游人员的主导地位和形象塑造

第三节 导游人员提供心理服务的技巧

第四节 导游人员引导游客审美的技巧

第五节 导游人员接待特殊游客的技巧

基本要求：

了解导游服务理念；了解导游工作中涉及到心理学知识、美学知识和礼仪知识；掌握导游服务技巧，掌握商务游客、宗教游客、探险游客的特殊接待要求，并能对以上知识进行灵活应用。

第十一章 导游人员的讲解技能

教学内容：

第一节 导游讲解的内涵与原则

第二节 实地导游讲解常用技法

第三节 实地导游讲解的要领

基本要求：

熟悉导游讲解的原则和要求；掌握概述法、重点法、类比法、悬念法、虚实法等多种导游讲解方法的应用技巧；具备一定的实地导游讲解能力。

第十二章 导游人员的应变技能

教学内容：

第一节 游客个别要求的处理

第二节 旅游故障的预防及处理方法

第三节 旅游安全故障的预防与处理

第四节 旅游投诉的原因与处理

第五节 自然灾害的预防与处理

基本要求：

掌握游客个别要求的处理原则；掌握旅游者在住房、餐饮、娱乐、购物等方面个别要求的处理办法；掌握游客要求自由活动、亲友随团活动、转递物品和信件以及要求中途退团或延长旅游期限的处理办法。了解旅游事故的类型、特点；熟悉旅游事故的成因；掌握旅游事故处理的基本原则和程序；掌握旅游计划和行

程变更的处理办法；掌握漏接、错接、空接和误机事故的预防与处理办法；掌握旅游者证件、行李、钱物遗失和旅游者走失的预防与处理办法；掌握旅游者越轨言行的处理办法；了解旅游者投诉的原因，熟悉旅游者投诉的心理，掌握旅游者投诉的处置办法。

第十三章 旅行社知识

教学内容：

第一节 旅行社性质和主要业务

第二节 旅游产品及类型

基本要求：

了解旅行社性质，熟悉旅行社主要业务和旅游产品的类型。

第十四章 出入境知识

教学内容：

第一节 出入境所持的证件

第二节 出入境手续的办理程序

第三节 海关对出入境游客所携物品的规定

基本要求：

熟悉出入境所持的护照、签证的证件要求及办理程序；熟悉海关对出入境游客所携物品的规定。

第十五章 交通知识

教学内容：

第一节 航空客运知识

第二节 铁路客运知识

第三节 水路客运知识

基本要求：

熟悉航空、铁路、水运购票、退票和携带物品的规定。

第十六章 货币保险知识

教学内容：

第一节 货币知识

第二节 保险知识

基本要求：

了解我国可兑换人民币的外币种类、旅行支票和信用卡的使用规定，熟悉旅游保险的种类及相关知识；了解信用卡知识；熟悉外汇知识。

第十七章 其他常识

教学内容：

第一节 卫生常识

第二节 国际时差与温度、度量衡换算

基本要求：

熟悉旅游卫生常识；了解国际时差、华氏温度与摄氏温度、度量衡的换算。

(二) 学习情景设计

表 2 学习情境设计

学习情境一：导游服务		学时:2
学习任务	1. 导游服务工作 2. 导游服务属性	
学习目标	1. 了解导游的定义、导游工作的产生与发展； 2. 理解导游工作的性质； 3. 掌握导游工作的特点。	
学习内容	1. 导游服务工作性质 2. 导游服务工作属性	
教学模式	1. 项目教学 2. 案例教学	
学习过程	1. 导入新课：案例导入 2. 导游服务概念 3. 导游服务范围 4. 导游服务特点 5. 导游服务类型（项目教学） 6. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：导游服务总结</p>	

学习情境二： 导游员		学时:2
学习任务	1. 认知导游员 2. 导游员产生于发展	
学习目标	1. 了解海外领队的基本职责； 2. 熟悉导游员应当具备的条件； 3. 掌握导游员的涵义、分类； 4. 全陪、地陪基本职责； 5. 掌握导游员应具备的从业素质。	
学习内容	1. 导游员类型 2. 导游员职责	
教学模式	1. 案例教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入新课：案例导入 2. 导游员概念 3. 导游员分类 4. 导游员职责 5. 导游员从业素质（项目教学） 6. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。 2. 终结性评价：导游员教学总结	

学习情境三： 导游职业道德与修养		学时:2
学习任务	1. 导游职业道德 2. 导游职业修养	
学习目标	1. 掌握导游员的职业道德要求； 2. 熟悉导游修养和行为规范； 3. 熟悉导游相关礼仪要求。	
学习内容	1. 导游员职业道德 2. 导游员职业修养	
教学模式	1. 案例教学 2. 项目教学	

学习过程	1. 导入新课：案例导入 2. 导游员职业道德 3. 导游员职业修养 4. 导游礼仪（项目教学） 5. 小结
教学条件	实训室；多媒体
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> 1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。 2. 终结性评价：导游礼仪训练效果评价。

学习情境四： 地陪导游服务规程与服务质量		学时:6
学习任务	1. 地陪导游服务规程 2. 地陪导游服务质量	
学习目标	1. 掌握地陪导游服务规程； 2. 掌握地陪导游服务质量。	
学习内容	1. 地陪导游服务规程 2. 地陪导游服务质量	
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 案例教学	
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：地陪导游服务 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 导游服务质量要求（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> 1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。 2. 终结性评价：地陪导游服务规程与质量达标评价。	

学习情境五： 全陪导游服务规程与服务质量	学时:6
-----------------------------	-------------

学习任务	1. 全陪导游服务规程 2. 全陪导游服务质量
学习目标	1. 掌握全陪导游服务规程； 2. 掌握全陪导游服务质量。
学习内容	1. 全陪导游服务规程 2. 全陪导游服务质量
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 案例教学
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：全陪导游服务 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 导游服务质量要求（项目教学） 5. 小结
教学条件	实训室；多媒体
学习评价	基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。 2. 终结性评价：全陪导游服务规程与质量达标评价。

学习情境六： 海外领队导游服务规程与质量		学时:6
学习任务	1. 海外领队导游服务规程 2. 海外领队导游服务质量	
学习目标	1. 掌握海外领队导游服务规程； 2. 掌握海外领队导游服务质量。	
学习内容	1. 海外领队导游服务规程 2. 海外领队导游服务质量	
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 案例教学	
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：海外领队导游服务 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 导游服务质量要求（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。	

	<p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：海外领队导游服务规程与质量达标评价。</p>
--	--

学习情境七： 景区导游服务规程与服务质量		学时:6
学习任务	1. 景区导游服务规程 2. 景区导游服务质量	
学习目标	1. 掌握景区导游服务规程； 2. 掌握景区导游服务质量。	
学习内容	1. 景区导游服务规程 2. 景区导游服务质量	
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 案例教学	
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：景区导游服务 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 导游服务质量要求（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：景区导游服务规程与质量达标评价。</p>	

学习情境八： 散客旅游服务规程与服务质量		学时:6
学习任务	1. 散客旅游服务规程 2. 散客旅游服务质量	
学习目标	1. 掌握散客旅游服务规程； 2. 掌握散客旅游服务质量。	
学习内容	1. 散客旅游服务规程 2. 散客旅游服务质量	
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：散客旅游导游服务 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向	

	4. 导游服务质量要求（项目教学） 5. 小结
教学条件	实训室；多媒体
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：散客旅游服务规程与质量达标评价。</p>

学习情境九： 导游人员语言技能		学时:6
学习任务	1. 地陪导游服务规程 2. 地陪导游服务质量	
学习目标	1. 了解导游人员语言内涵； 2. 掌握导游人员语言技能。	
学习内容	1. 导游口语表达 2. 导游语言技能	
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：导游语言技能 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 导游语言口语与表达技能要求（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：导游语言技能达标评价。</p>	

学习情境十： 导游人员带团技能		学时:6
学习任务	1. 导游带团服务理念 2. 导游带团服务技巧	
学习目标	1. 熟悉导游带团服务理念； 2. 掌握导游人员带团技能。	

学习内容	1. 导游带团服务理念 2. 导游带团技能
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 项目教学
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：导游带团技能 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 导游带团技能要求（项目教学） 5. 小结
教学条件	实训室；多媒体
学习评价	基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。 2. 终结性评价：导游带团技能达标评价。

学习情境十一： 导游人员讲解技能		学时:6
学习任务	1. 导游讲解方法 2. 导游讲解技能	
学习目标	1. 掌握导游讲解方法 2. 掌握导游讲解技能。	
学习内容	1. 导游讲解方法 2. 导游讲解技能	
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：导游讲解技能 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 导游讲解技能要求（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。 2. 终结性评价：导游讲解技能达标评价。	

学习情境十二： 导游人员应变技能		学时:6
学习任务	1. 个别要求处理 2. 常见旅游故障处理	
学习目标	1. 了解常见旅游故障； 2. 掌握各类旅游故障处理方法。	
学习内容	1. 旅游故障类型 2. 导游应变和处理	
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：导游应变技能 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 导游应变技能要求（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。 2. 终结性评价：导游应变技能达标评价。	

学习情境十三： 旅行社知识		学时:2
学习任务	1. 旅行社业务 2. 旅行社产品	
学习目标	1. 掌握旅行社业务； 2. 掌握设计旅行社产品。	
学习内容	1. 旅行社业务 2. 旅行社产品	
教学模式	1. 任务驱动教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入新课 2. 发布任务：旅行社业务与产品设计 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 旅行社业务与产品设计（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、	

	<p>解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：旅行社业务与产品设计达标评价。</p>
--	--

学习情境十四：出入境知识		学时:2
学习任务	1. 护照、签证 2. 出入境常识	
学习目标	1. 掌握出入境证件； 2. 掌握出入境常识。	
学习内容	1. 常见出入境证件 2. 常见出入境常识	
教学模式	1. 任务教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入案例 2. 发布任务：收集常见出入境证件及签证办理程序 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 常见出入境知识结合证件办理程序（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：常见出入境知识及证件办理流程达标评价。</p>	

学习情境十五：交通知识		学时:2
学习任务	1. 常见交通类型 2. 常见交通票证	
学习目标	1. 掌握常见交通类型； 2. 掌握乘坐交通票证常识。	
学习内容	1. 常见交通类型 2. 常见交通票证常识	
教学模式	1. 任务教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入案例 2. 发布任务：收集常见交通票证及办理程序	

	3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 常见交通票证办理程序（项目教学） 5. 小结
教学条件	实训室；多媒体
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：常见交通票证办理流程达标评价。</p>

学习情境十六：货币保险知识		学时:2
学习任务	1. 货币知识 2. 保险知识	
学习目标	1. 掌握常见货币； 2. 掌握常见保险。	
学习内容	1. 常见货币种类 2. 常见保险常识	
教学模式	1. 任务教学 2. 项目教学	
学习过程	1. 导入案例 2. 发布任务：收集常见货币及保险办理程序 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 常见货币及保险办理程序（项目教学） 5. 小结	
教学条件	实训室；多媒体	
学习评价	<p>基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。</p> <p>评价方式：</p> <p>1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。</p> <p>2. 终结性评价：常见货币及保险办理流程达标评价。</p>	

学习情境十七：其他常识		学时:2
学习任务	1. 卫生常识 2. 单位换算	

学习目标	1. 掌握常见卫生常识； 2. 掌握常见单位换算。
学习内容	1. 常见卫生常识 2. 常见单位换算
教学模式	1. 任务教学 2. 项目教学
学习过程	1. 导入案例 2. 发布任务：收集常见卫生常识及换算应用 3. 学生实施任务，分组教学、任务驱动、岗位导向 4. 常见卫生常识及换算应用（项目教学） 5. 小结
教学条件	实训室；多媒体
学习评价	基础性评价：学生的出勤情况、实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完成作业的准确度、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、学习态度均达到学习目的。 评价方式： 1. 过程性评价：提问、课堂回答问题、课后作业等。 2. 终结性评价：常见卫生常识及换算应用达标评价。

（三）课程教学建议

1. 课程实施要突出高职办学的特点

高职《导游概论与实务》课程的教学要围绕就业这个导向，面向实际，应对具体的导游岗位群，突出操作技能的训练和培养，兼顾培养学生随导游业务的发展而不断获取知识和技能的发展能力。与本科生相比，高职生的基础相对较差，与在职导游人员相比，在校生又缺乏对导游服务程序以及相关业务处理的深刻体会认识，因此，教学实施中要从学生的角度去体会可能会遇到的困难。按照移情原理，人们比较容易接受或理解自己所接触和经历过的事情，对于高职生，应尽可能地在导游实务实验实训的基础上去讲解理论。

2. 把基于工作过程的理念融入到教学过程中去

导游业务课程内容的设置紧贴导游实际工作岗位的现实需求，以导游员工作流程为导向，按照现代导游应具备的知识、能力和素质要求进行情境教学。通过对不同岗位设置“学习情境”，让学生全过程实践了导游员不同岗位的各项任务，全方位实践了导游职业岗位所需的相关知识和技能，学以致用。通过学习本课程，学生能获得一定的社会能力、方法能力和专业能力，为学生的可持续发展奠定了基础。

(1) 遵循学生职业能力培养的基本规律，以真实工作任务及其工作过程为依据整合、序化教学内容。

遵循学生职业能力培养的基本规律，在岗位职业能力分析的基础上，形成综合职业能力培养和训练体系，构建了与岗位流程相一致的能力本位的教学内容。把学生能力的培养贯穿在教学的各个环节之中。以导游员不同工作岗位、工作流程为导向，根据现代导游知识、能力和素质的实际要求设置教学内容，充分突出了高职特色。以真实带团任务及其工作过程为依据整合、序化教学内容，科学设计学习性工作任务，通过对不同岗位导游具体工作环节逐一组织教学，实施工作任务，提升学生导游岗位工作技能，全面掌握该工作岗位的应具备的能力。

(2) 教学活动的安排以设计学习性工作任务为主，“教、学、做”一体化。

在教学设计中，根据课程内容，分解成学习情境，每个情境又分解成若干个任务，学生通过完成各个任务，掌握导游各个工作岗位应该具备的各项技能，充分体现了“教、学、做”结合和理论实践一体化。

课堂学习主要以完成相应的课程任务实践训练为主，边学习、边练习，为了保障任务能够很好地被落实，教学实施即工作任务实施完整有序，具体包括教师布置工作任务、各团队结合所选主题进行工作任务分析、团队制定任务实施计划、学生对任务所需知识的检测，团队共同完成任务方案并展示、全体学生与任课教师共同评估六环节，学生可以进一步对自己的任务实施进行完善。在教学中突出“任务驱动、学做结合”，紧密配合情境教学安排实训。同时，有效利用校内建有的模拟导游实训室和校外实习基地，将课堂模拟和实际导游带团任务穿插进行，让学生对所学内容及时消化，以培养他们独立解决实际问题的能力。学生在真实的职业环境中，学习专业知识和技能，体现“做中学、学中做”的教学理念，从而实现旅游职业人才培养的目标。

3. 准确把握《导游概论与实务》课程的特点

(1) 职业性：充分利用企业育人环境，多渠道、多途径开展学生思想道德素质、学习能力、应用能力和创新能力等综合素质教育，培养学生的创新意识、灵活的思维方式。学生通过导游课程不同情境的学习，不仅能掌握导游员必须具备的各种实务知识，同时也掌握这些知识在实际工作中的应用，树立正确的、先进的职业理念。

(2) 实践性：教学手段上突出导游实际工作岗位的现场实训，在实践教学

重培养学生的创新意识、灵活的思维方式，让学生逐渐理解导游不仅是“导路讲景”，更重要的是“服务于人”的先进职业理念。

（3）开放性：教学观念、教学内容、教学方法、教学资源、考核方法五方面的开放。教学观念的开放，注重对学生的职业能力、方法能力和社会能力的培养。教学内容的开放，内容设置以导游员工作流程为导向，按照职业教育的理念，根据现代导游的实际知识、能力和素质要求整合教学内容，设置不同的学习情境。教学方法的开放，教师的身份从传统意义上的教师向教练这一角色转变，授课过程中，教师不仅要传授各项导游技能的知识点，更要通过学习任务的实施，培养学生的实际导游能力。教学资源的开放，力争建成一套集纸质、电子和网络资源于一体的多种媒体教学资源库。考核方法的开放，构建能力为本位的开放的、全程化、模块化的多元评价体系，评价主体由传统的教师改为教师、学生、旅游企业、旅游主管机构、旅游者等多维主体。

4. 教学设计要符合高职生的认知能力

要充分考虑教学对象和教学课程的特点，按需施教，学了就做，做了就会，会了能用，有实感，见实效，不断地增强学生学习信心和兴趣。教学上可以这样安排：（1）开始要少讲，使学生容易接受。（2）安排简单练习，增加问题印象。

（3）重点地讲，根据突破难点、加强重点的需要，认真创设问题情景，精心设计好引言、课堂提问和板书提纲，锤炼教学语言。（4）讨论或练习，进行验证性巩固。（5）加强辅导，解决学生遇到的各种问题。（6）综合训练，教师多点拨，学生多尝试。（7）进行归纳总结，上升到理论或规律认识。教师要有对学生进行学习方法引导的强烈意识，讲授、辅导、讨论、训练和归纳总结紧密结合，激发学生主动学习意识，培养学生自学能力。

5. 教学方法的改革

从导游课程和高职学生的认知规律出发，不断改进与丰富教学方法，让学生在具体的情境中积极主动地完成情境教学的具体任务，寓学于乐。在实施导游情境教学的过程中，除了采用常见的讲授法、案例研讨法、引导自学法、视频教学法等，还尝试了一些比较有特色的教学方法。

（1）基于工作过程的情境教学与任务驱动法

课程组参考导游业务实际工作过程，结合具体的导游的任务，以完成导游服务程序这个课程总任务为驱动目标，整合课程内容成为六个学习情境，并将每个

学习情境里的大任务细分为若干个小任务。让学生每 6-8 人分一个小组，每个小组成立一个模拟旅游团队，成员分担不同的角色，随着课程情境的渐近开展逐一完成学习任务，当课程结束之际，各小组也就完成了旅游行程中的一轮完整的服务过程。

为了保障任务能够很好地被落实，教学实施即工作任务实施完整有序，具体包括教师布置工作任务、各团队结合所选主题进行工作任务分析、团队制定任务实施计划、学生对任务所需知识的检测，团队共同完成任务方案并展示、全体学生与任课教师共同评估六环节。

(2) 课堂情景模拟教学法

课程组本着尽可能地为学生创建一个较为真实的学习环境的原则，在校内实施情景模拟教学。学生分团队模拟导游服务场景，教师提出问题供学生研讨，一方面让学生更好地了解工作的流程，另一方面也在很大程度上调动了学生学习的主动性。

(3) 企业实景教学法

为了给学生创设全真的学习环境，本课程采取了在企业实景教学的方法，由企业兼职教师完成，让学生在完全真实的企业环境中顶岗学习，体会真实的工作任务。

(4) 导游工作过程竞赛法

本课程为了检验学生的所学与所做，即时了解自己的不足与别人的优点，还专门在课程实施过程中安排了“导游讲解大赛”和“模拟导游”两个项目的竞赛，同时配合教学内容，组织了“绕口令”、“讲故事”比赛等第二课堂活动。比赛制定评比规则和评分标准并邀请课程组成员教师作为评委，极大地调动了各小组完成任务的积极性。

(5) 案例研讨法

本课程提供了大量真实的案例供给学生阅读研讨，在经过学生分小组研讨以及最后上台陈述的过程中，一方面培养了学生沟通与表达能力，另一方面也培养了学生应用所学知识分析问题与解决问题的能力。

(6) 专家讲座法

为了能给学生提供更新更全更实的导游知识，扩大他们的知识面，聘请行业企业专家为学生讲述行业发展动态及未来发展趋势，培养同学们的职业素养及时

了行业发展动向；聘请当地有影响力的导游员，讲述他们的成长经历和实际导游带团工作的技能技巧，让同学们能够紧跟行业发展，及时更新理念。

五、课程考核建议

（一）课程考核

1. 考核方式

本课程采用形成性考核和终结性考核相结合的方式，形成性考核评价，是在教学过程中对学生的学习态度、操作情况和实训成果所进行的评价；过程性考核在本课程中体现为“2+3+2+3”的考核办法，即课堂表现、校内模拟、校外实训和期末考试各占总成绩的20%、30%、20%和30%。其中，课堂表现包括学生作业及任务完成情况；校内模拟包括模拟项目的完成情况；校外实训即学生到真实工作场景进行职业体验。

（1）课堂表现占20%。主要包括对课堂提问、讨论、作业等情况进行评价计分

（2）校内模拟占30%。分实训项目视完成情况记成绩。

（3）校外实训占20%。学生到真实工作场景进行职业体验。

（4）期末考试成绩占30%。结合全国导游资格考试内容进行笔试和口试。考查学生对导游知识和导游服务能力的掌握情况。为保障学生学习效果积极推行多元化、过程性考试改革，将课堂表现、校内外实训与期末考试相结合，多形式评价学生全部学习活动，以考促学。

2. 考核标准

考核标准应与本专业学生导游职业能力和各类型导游人员上岗条件相结合。

3. 课程评价

多元化考核体现在评价范围的多元化和评价主体的多元化。通过不断改革，课程组与企业专家共同制订考核标准，评价范围包括导游基础知识、操作能力、职业能力、礼仪规范、职业素养、学习态度、敬业精神等多个方面。评价方法包括导游服务、情景模拟、小组讨论、PPT展示、顶岗实习、职业资格认证等多种方式。评价的人员：由校外专家、行业企业专家、校内督导及学生进行课程评价。

（1）评价的原则：评价应由专业人员通过客观公平公开的原则进行评价。

（2）评价的项目：评价课程讲授过程中的方式方法是否合理，课程任务设置是否

合理等。

(3) 评价的形式：按照课程讲授的过程，分为期初、期中、期末三个阶段进行评价。

4. 评价类型

(1) 校外专家评价

由校外本专业的权威教授进行评价。在教学实践中，提出“一个原点、三个模块、五大任务、七个环节”课程体系，在国内处领先地位。突出基础理论课程教学内容的应用性和实践性，注重职业技能训练，注重对学生实践能力、创新能力的培养，更新教学内容，创新教学方法，调动学生课程学习积极性。课程组编写突出职业特点的配套教材，课程教学效果良好。

(2) 行业企业专家评价

由本行业的著名企业专家进行评价，邀请专业建设指导委员会成员，积极参加该课程教学方案的设计研讨。不仅承担部分专题讲座，还配合指导学生的社会实践，加快该课程的改革创新进程，进一步加大课程教学模式和教学方法改革力度，锁定行业需求，紧扣高职教育目标，强调就业导向。在课程设计上打破了传统的按学科组织教学内容的思路，强调按任务驱动组织教学内容。培养的学生因动手能力强、职业素质高，深受各旅游企业的欢迎。

(3) 校内教学督导组评价

由校内教学督导组的人员进行评价。

(4) 学生评价

由听课的学生进行评价。通过搜集各级专业学生对该门课程的评价意见，得知学生对该课程的测评分数，及时反映教学效果，提升课堂教学气氛活跃，学生参与程度高，学习兴趣浓。

六、学习资源建议

(一) 教材选用建议

1. 选用教材的原则

不论是选用还是自编教材，其基本原则在于内容具有先进性和前瞻性，与实际工作相衔接，符合开设专业的特点和专业要求，符合导游业务的发展情况。

2. 教材选用及辅助教材

（1）教材选用

《导游业务》，全国导游人员资格开始统编教材专家编写组，中国旅游出版社，2018年5月第三版。

（2）参考书推荐

《导游技能实务》，叶骁军主编，南开大学出版社，2013年出版，21世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材。

《导游实务》，张素梅主编，北京交通大学出版社，2015年8月出版，全国高职高专精品规划教材。

《模拟导游实训》金建明主编，十二五职业教育国家规划教材，东北大学出版社，2014年7月。

（二）课程资源开发与利用建议

1. 根据旅游管理专业的办学目标和重新修订的教学大纲，推广和利用已经编写好的《导游概论与实务课程习题库》、《导游概论与实务实训指导教程》等系列内部教材；

2. 充分利用课程教学文字教材以及《导游概论与实务》的教学课件，积极开展多媒体、信息化教学，利用多种现代信息化手段，如微信课程、蓝墨云班课、云课堂等多种手段。

3. 使用全资源化、数字化教学，建立《导游概论与实务》课程资料库，并不断扩展内容；

4. 通过实训室进行导游实践模拟，利用和扩展场景应用型软件，建设模拟场景；

5. 邀请导游行业和旅游企业专家做专业性讲座，帮助学生与时俱进，及时掌握最新导游行业动态，助力学生发展；

6. 希望学院提供支持，大力推进《导游概论与实务》精品课程建设。

七、编制依据

该课程标准是依据旅游管理专业调研报告、旅游管理专业教学标准以及旅游

管理专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《宴会服务与管理》

适用专业： 经济管理系 酒店管理专业

编制单位： 旅游文秘教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0703090B	黄馨仪	2019 年 4 月				

《宴会服务与管理》课程标准

课程名称：宴会服务与管理

课程类型：专业必修课

学时学分：54 学时（3 学分）

开设学期：第二学年第四学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

《宴会服务与管理》是高等职业院校酒店管理专业的一门必修的核心课程，是校企合作开发基于工作过程的理论与实践相结合的课程，是培养酒店及餐饮企业应用型人才的必需技能的课程，其功能在于让学生从整体上对宴会管理与设计的业务流程有系统的认识，具备从事宴会管理与设计的基本职业能力，在酒店职业核心能力的培养中起着重要的支撑作用。

（二）课程任务

本课程教学将能力培养作为核心，贯彻理论联系实际、学以致用和因材施教的原则，通过对宴会管理和设计的基本理论和基本知识的讲授，使学生熟练掌握宴会预订、策划、餐台设计、菜单设计、台型设计、场景设计、宴会服务等具体内容，提升学生宴会策划与管理能力。在了解掌握宴会设计的方法和过程基础上，培养学生具备宴会运作管理知识，较强的设计能力、创新能力和成本控制能力，达到星级饭店餐厅、宴会部领班所具备的能力，实现从基层执行人员到策划管理人员的初步转变，具有宴会设计师和部门经理的潜质。

（三）课程衔接

在课程的设置上，前导课程为《餐饮服务与管理》、《酒店英语》、《食品营养与卫生》等课程为学生认知餐饮及酒店行业，更好的学习本门课程奠定

基础，后续课程有酒店顶岗实习，为学生的综合能力培养奠定基础。本课程在专业课程体系中处于核心地位，整个课程的设计由浅入深、有概论到细化、由基础到专业，非常注重教学内容之间的衔接。

二、课程目标

通过本课程的学习,使学生掌握宴会管理所必备的专业理论知识和实践技能,注重培养学生具有自我发展,创作高水平特色主题宴会的能力,同时具有良好的职业道德和爱岗敬业精神,适应酒店宴会产品的策划与设计、宴会接待并付诸于实施管理等第一线需要的高等技术应用型人才,能在实际工作中不断提高宴会设计水平,为学生走向宴会设计师与管理岗位铺路奠基。

1. 了解宴会的种类和特点,熟悉沟通心理学知识,有良好的对客沟通能力,了解不同宾客的心理需求,能解读宾客预订各种宴会的信息。

2. 能关注时尚流行趋势,能把宾客需求与时代感融合的能力,能结合酒店特色设计主题宴会。

3. 熟悉菜单和酒水知识,菜点营养搭配知识,会设计符合宴会要求的菜单和酒水单。

4. 熟悉中西式台面的知识,熟悉插花知识,掌握插花技能,台面色彩搭配知识,能根据宴会要求设计出恰当的台面。

5. 熟悉中西餐服务接待礼仪与知识,熟悉大型宴会服务特点,熟悉特殊宴会服务特点,能够服务接待各式宴会。

6. 了解地方文艺表演特色活动,熟悉各式宴会活动的程序,能策划设计宴会活动程序,能把地方文艺表演特色活动与宴会结合。

7. 了解灯光特点,了解宴会厅场景壁饰、摆件、地毯知识,了解音乐搭配知识,会组合设计色彩、音乐、灯光,会设计各种壁饰、摆件。

8. 熟悉宴会管理知识,能选派和组织服务人员实施宴会接待技能。

9. 了解宴会厅各种设施知识,会与宾客就宴会实施中的效果进行沟通。

三、课程设计

《宴会服务与管理》课程以宴会管理为导入点进行课程内容的设计，融创新教育于课程。为使学生具有职业可持续发展能力，我们把创新思想融入课程教学，以开发高职学生的创新潜质，在潜移默化中开发高职学生的创新能力。如该门课程根据工作过程系统化设计思路，基于真实的、完整的工作过程，设计了中外名宴、婚礼秀、商务宴会、满月宴、美食节主题宴会等宴会产品为学习任务，模拟真实工作任务实践，将不同主题宴会的设计、策划与服务贯穿于课程全过程，使学生自始至终保持新鲜感、提高趣味性、增强成就感。在情景教学中，引导并放手让学生多收集资料，多模仿，多设计，多思考，多创新，培养学生提出问题、分析问题和解决问题的能力，特别注重培养创新能力。

本课程以学生为主体，采取多样化的教学方法，如，任务驱动、情境模拟教学、案例教学、小组合作讨论、头脑风暴等，配合多媒体教学设备及个人移动通讯设备，提高学生的学习兴趣，使学生对所学习的知识点有更直观的认识和更深入的理解，培养团体协作能力及岗位化实践能力。

表 1 课程总体设计

课程名称	宴会管理与服务	计划总学时：54
宴会知识概述	宴会基础知识了解	参考学时：3
宴会物品设计	宴会物品管理及配备	参考学时：6
宴会场境设计	宴会场境构成及设计	参考学时：9
宴会格局设计	筵席出品格局及菜点设计	参考学时：3
宴会菜单设计	宴会菜单筹划及制作	参考学时：8
宴会餐台设计	筵席台面及台型设计	参考学时：9
宴会服务设计	中西方宴会服务设计	参考学时：3
宴会组织管理	宴会部的组织架构及内部管理	参考学时：3
宴会运营管理	宴会成本及销售管理	参考学时：7
宴会文化概述	中外宴会文化概述	参考学时：3

四、课程内容与教学建议

表 2 学习情境设计

学习情境一：宴会场境设计		学时:6
学习任务	为一个即将到来的婚礼秀（Wedding Show）挑选各环节所需音乐；设计合适的灯光、场地道具、装饰等搭配。	
学习目标	1. 能完成中西式宴会台型规划； 2. 能选择合适背景音乐、搭配出顾客满意的色彩及灯光； 3. 能绘制场境简图。	
学习内容	1. 中西餐台型布局知识； 2. 色彩、灯光、音乐搭配知识； 3. 宴会厅壁饰、摆件、通道装饰知识。	
教学模式	案例教学、任务驱动、头脑风暴	
学习过程	学生通过系统随机分组对婚礼秀主题宴会的知识进行讨论，以案例教学掌握宴会布场中组合色彩、灯光、音效及场景摆件等知识，发散思维设计一场特定主题的婚礼秀。设计过程中，由老师引导小组以头脑风暴法开始对婚礼秀的流程进行思考及探讨，过程中运用互联网等工具收集借鉴所需素材，经小组成员统一意见后进行创作。创作完成后由小组成员阐述设计理念及内容，经各小组间互评及老师的引导，挑选出最佳的 3 组以供后续学习情境中的素材使用，以此激发学生在创作过程中的积极性及主动性。	
教学条件	多媒体教学工具、个人移动通讯设备、互联网、蓝墨云班课	
学习评价	评价项目及方式： 1. 学生自评——自我评价在上课中和场景设计时的表现； 2. 小组评价——对场景设计方案进行投票及论过程中成员的主动性； 3. 教师评价——评价学生对婚礼秀主题宴会流程的掌握情况，能否准确掌握场境设计中的灯光、音乐、布场等方面知识，以及报告的完整性。	

学习情境二：宴会菜单设计		学时:3
学习任务	为一场即举行的商务宴请设计正餐及酒会菜单以供客人参考。	
学习目标	1. 能进行宴会菜单的菜点、菜名、装帧的设计 2. 能根据宴会特点和档次完成宴会的酒水设计	
学习内容	1. 中西式菜点、酒水知识，菜单营养搭配知识 2. 菜单、酒单的排版知识。	
教学模式	案例教学、任务驱动、头脑风暴	
学习过程	学生通过系统随机分组后完成课前布置的学习任务，收集菜品资料，课上分组头脑风暴，根据客人需求确定菜单、酒水单设计方案，最终通过小组互评挑选 2 组进行课堂汇报。	
教学条件	多媒体教学工具、个人移动通讯设备、互联网、蓝墨云班课	
学习评价	评价项目及方式： 1. 学生自评——自我评价在上课中和菜单设计时的表现； 2. 小组评价——对菜单、酒单设计作品进行投票； 3. 教师评价——评价学生知识掌握的情况，完成工作任务情况。	

学习情境三：宴会成本管理		学时:2
学习任务	根据宴会场境设计中挑选出的 3 组成果的主题进行成本控制。	
学习目标	1. 学会进行宴会成本控制 2. 能独立编制宴会预算表	
学习内容	1. 了解装饰品、酒店用品价格走势。 2. 掌握宴会预算包括项目	
教学模式	案例教学、任务驱动	
学习过程	学生通过系统随机分组后从宴会场境设计中优胜的 3 组成果中挑选 1 项进行成本管理，编制预算表，结合销售技巧与预定宴会的客人商讨宴会定价。	
教学条件	多媒体教学工具、个人移动通讯设备、互联网、蓝墨云班课	
学习评价	评价项目及方式： 1. 学生自评——自我评价在上课中的表现； 2. 小组评价——对成本核算、预算表和销售技巧进行评议； 3. 教师评价——评价学生知识掌握的情况，完成工作任务情况。	

学习情境四：宴会预订		学时:2
学习任务	设计一个宴会促销活动方案，结合客人提出举办生日宴会的需求进行宴会预订活动的模拟。	
学习目标	1. 掌握宴会预订的程序 2. 掌握宴会推销技术	
学习内容	1. 宴会预订 2. 宴会推销，与客户洽谈，介绍饭店宴会产品 3. 签订宴会意向合同书	
教学模式	案例教学、任务驱动	
学习过程	学生随机分成客人及酒店宴会部销售人员两方，由客方提出预订要求，销售方根据客人要求进行方案设计，提交方案后双方进行洽谈，最终得出双方都满意的结果。	
教学条件	多媒体教学工具、个人移动通讯设备、互联网、蓝墨云班课	
学习评价	评价项目及方式： 1. 学生自评——自我评价在接洽宴会预订业务或与销售方洽谈时的表现。 2. 小组评价——评价同组学生在接洽客户或预订宴会时的语言表达、肢体语言表现等。 3. 教师评价——评价学生知识掌握的情况，完成工作任务情况。	

五、课程考核建议

1. 考核方式

根据教学目标和课程学习要求，学生必须通过课程考核，取得合格成绩。
具体的考核方法如下：

出勤及纪律 10%，出勤情况、课堂纪律。

课堂表现 10%，课堂提问，案例讨论。

小组报告 40%，各类宴会设计方案评价（教师评价和学生互评相结合）。

期末考核 40%，闭卷考试。

2. 考核标准

本课程采用知识和技能一体化考核方式，在课程教学活动中综合考虑专业知

识、专业技能及职业素养等因素，对每个任务进行综合评价，课程结束后依据学生对各项目的理解和掌握程度进行评分，充分体现过程考核和结果考核相结合，能力考核和职业素养考核相结合。

六、学习资源建议

参考教材：

1. 《宴会设计与管理》（第五版） 叶伯平（编著） 清华大学出版社
2. 《宴会设计实务》 布纳德·斯布拉瓦尔 大连理工大学出版社
3. 宴会设计与管理慕课课程 张云红等 武汉商学院

七、编制依据

本课程标准是依据酒店专业教学标准以及经济管理系酒店专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《酒店市场营销》

适用专业： 酒店管理专业

编制单位： 旅游文秘教研室

合作单位： 汕头市帝豪酒店

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0701180B	林赞	2019 年 4 月				

《酒店市场营销》课程标准

课程名称：酒店市场营销

课程类型：专业必修课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：第三学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是酒店管理专业的必修课程。是酒店管理专业与企业、行业专家共同开发建设的一门具有工学结合、鲜明特色的职业能力核心课程。该课程总体设计思路紧紧围绕“能力本位”的育人理念，充分体现依据学生的认知特点，学生可持续发展需求，打破以理论知识传授为主要特征的传统学科课程模式，设计通过任务引领、工作过程导向的理念和设计思路，将本课程的内容分为若干项目，创设相关工作情景采用并列与流程相结合的方式展示教学内容。理论知识上以必须和够用为度，在实践上重点培养学生的技术应用能力和创新能力。在内容安排上，结合酒店行业的各个服务环节和管理实际，具有很强的操作性，坚持立德树人，注重思想政治教育贯穿教学始终，同时融合学生综合素质提升、创新创业能力培养、学生可持续发展的要求。项目设计与酒店日常市场营销为线索来进行。教学过程中通过校企合作，校外实践教学基地建设等多种途径，工学结合突出实践，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，通

过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力和综合素质。课程设计理念符合职业性，实践性和开放性要求，符合工作过程与方法的思路要求。

（二）课程任务

课程强调学生的基本素质和能力培养，让学生掌握酒店营销人员应具备的专业技术能力，培养学生在酒店营销岗位的基本管理能力，具有酒店营销人员所应具备的主体，实践素质，思维素质以及语言文化素质，贴近学生将来职业场景的需要。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《饭店管理概论》、《管理基础》课程，后续课程有《前厅与客房服务与管理》、《餐饮服务与管理》以及《顶岗实习》课程。

二、课程目标

（一）知识目标

掌握酒店营销岗位的基本知识和职业素养，掌握酒店营销岗位基本的工作流程及标准。

（二）能力目标

能够参与酒店（外部营销和内部营销）营销岗位的实践工作，掌握酒店营销岗位的策划职能，沟通职能，管理职能，服务职能四大方面能力，能够养成独立分析问题，解决问题的能力。

（三）素质目标

具有善于分析、勤于学习的精神，具备不断探索和创新的能力。具有酒店营销人

员所应具备的主体实践素质，思维素质以及语言文化素质。具有酒店服务的"工匠精神"。

三、课程设计

本课程以酒店动态营销项目为载体，与企业合作设计 9 个典型的项目作为学习情境；根据岗位（群）工作任务要求，确定学习目标及学习任务内容；本课程采取行动导向、项目教学、案例教学等教学模式，以学生为主体，以制定实际销售计划以及方案为导向组织教学及考核。

表 1 课程总体设计

课程名称		计划总学时：
项目名称	项目描述	参考学时：
市场分 析	1．能理解市场营销的内涵； 2．准确认识市场的类型、特征，并进行分析； 3．了解市场营销观念的历史演变，树立现代 市场营销观念。	8
营销环 境分析	1．认识市场营销信息的重要性； 2．能科学认识市场营销环境； 3．掌握市场营销环境分析的方法； 4．基本能够运用环境因素进行营销决策。	8
消费者 购买行为分 析	1．掌握顾客让渡价值的内容； 2．能领会消费者需要的特征； 3．掌握消费者需要的内容；	8

	<p>4. 了解消费者购买动机和购买行为的特征；</p> <p>5. 了解消费者购买行为过程和影响购买行为的因素；</p> <p>6. 掌握顾客让渡价值的构成、计算方法和消费者需要、购买动机和购买行为分析方法；</p> <p>7. 基本能够运用上述所学的知识和技能进行营销决策，制定相关的营销策略。</p>	
市场细分与目标市场的选择	<p>1. 掌握市场细分的基础知识和基本理论依据；</p> <p>2. 能正确理解选择目标市场的条件和目标市场定价策略；</p> <p>3. 能按照市场细分程序，运用市场细分方法对生活资料和生产资料进行细分；</p> <p>4. 基本掌握选择目标市场和目标市场定位的方法技巧；</p> <p>5. 能够运用市场细分与目标市场定位的知识和技能，分析和解决目标市场定位与目标市场选择中的实际问题。</p>	8
产品决策与新产品开发策略	<p>1. 掌握整体产品、产品组合的概念和产品组合策略；</p> <p>2. 掌握产品市场生命周期各个阶段的特点与营销策略；</p> <p>3. 理解新产品的内涵，掌握新产品开发策略；</p>	4

	<p>4. 了解产品品牌、包装的内涵；初步掌握产品品牌策略、商标策略和包装策略；</p> <p>5. 能够运用整体产品概念、产品市场生命周期理论、新产品开发理论和产品品牌、产品包装理论及技能进行产品决策，制定产品营销策略。</p>	
定价决策	<p>1. 正确认识影响营销定价的因素；</p> <p>2. 基本掌握营销定价的目标；</p> <p>3. 掌握营销定价的基本策略；</p> <p>4. 能理解营销价格调整的依据；</p> <p>5. 掌握各种营销定价的程序、方法和技巧；</p> <p>6. 能够在分析影响营销价格因素的基础上进行营销定价，适时调整营销定价。</p>	8
分销渠道决策	<p>1. 正确理解分销渠道的基本类型与模式；</p> <p>2. 了解中间商的概念、作用与类型；</p> <p>3. 基本掌握分销渠道选择和影响分销渠道选择的因素；</p> <p>4. 掌握分销渠道的基本策略；</p> <p>5. 掌握分销渠道模式分析方法以及分销渠道决策技巧和产品实体分销技术；</p> <p>6. 能够依据所依赖的环境、企业和产品特点选择分销渠道和制定分销渠道策略，具有产品实体分销能力。</p>	10

促销决策	<p>1. 理解与掌握促销策略组合的内容；</p> <p>2. 掌握人员推销的基本特点和策略；</p> <p>3. 了解广告决策的特点和广告宣传的内容及策略；</p> <p>了解公共关系的基本内容；基本掌握公共关系活动的方式和促销途径；</p> <p>4. 掌握营业推广的形式；</p> <p>5. 基本掌握促销方式及组合策略的方法和技巧；</p> <p>6. 具有运用所学理论和方法进行产品推销、广告宣传、公共关系和营业推广的能力，能够综合运用各种促销方式开展促销活动。</p>	8
服务业市场营销管理	<p>1. 理解服务市场营销组合和服务利润链的逻辑含义；</p> <p>2. 掌握服务市场营销组合方法和技巧，以及服务产品开发，服务营销管理技术；</p> <p>3. 了解网络营销的概念、特点、类型等基本知识。</p> <p>4. 理解市场营销战略的特点</p> <p>5. 了解市场营销战略要素、决策、程序和步骤</p> <p>6. 基本掌握市场营销战略决策的程序、市场营销计划编制的方法、营销组织机构设计技术和营销控制方法与技巧</p>	10

四、课程内容与教学建议

表 2 学习项目设计

项目一：市场分析		学时:8
学习任务	1.认识市场营销 2.当代市场分析 3.树立市场营销观念	
学习目标	1 . 能理解市场营销的内涵； 2 . 准确认识市场的类型、特征，并进行分析； 3 . 了解市场营销观念的历史演变，树立现代市场营销观念。	
学习内容	1. 学会市场、市场营销的概念 2. 学会区分市场运营与销售 3. 学会酒店产品特点 4. 学会酒店经营的特点	
教学模式	讲授法，现场观察，案例分析	
学习过程	1.教师提供校外实践基地酒店营销案例，学生判断哪些属于营销，哪些属于推销(1 学时)。 2.学生列举生活中所见酒店营销实例(1 学时)。 3.到校外实践基地参观，学生记录在酒店大堂、餐厅、客房、公共区域可见的营销内容，拍照记录以备后续使用（1 学时）。 4. 活动一：调查酒店顾客流量及购物情况（3 学时）。 操作步骤： 1 . 将班级每 5 位同学分成一组，并确定 1 名负责人；2 . 每组	

	<p>选择酒店一个人区域，观察 45 分钟；3．统计经过顾客数以及其是否注意到该区域的营销方案；4．观察顾客是否被营销方案吸引的行为，分析其心理；5．进行班级交流。</p> <p>活动二：案例分析（3 学时）。</p> <p>选择一动态实务案例，组织学生进行分析讨论，以帮助学生理解市场营销概念。</p>
教学条件	多媒体教室，校外实践基地
学习评价	<p>评价项目：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 说出市场、市场营销的概念 2. 对市场运营与销售进行区分性陈述 3. 描述出酒店产品特点 4. 总结出酒店经营的特点 <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析等；</p> <p>终结性评价：蓝墨云班课电子考题</p>

项目二：营销环境分析		学时：8
学习任务	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场营销信息管理 2. 认识市场营销环境 3. 市场营销环境分析 	
学习目标	<ol style="list-style-type: none"> 1．认识市场营销信息的重要性； 2．能科学认识市场营销环境； 	

	<p>3. 掌握市场营销环境分析的方法；</p> <p>4. 基本能够运用环境因素进行营销决策。</p>
学习内容	<p>1. 学会识别市场营销信息；</p> <p>2. 学会科学认识市场营销环境；</p> <p>3. 学会市场营销环境分析的方法；</p> <p>4. 学会运用环境因素进行营销决策。</p>
教学模式	讲授法，互动学习法，案例教学法，项目作业
学习过程	<p>1. 活动一：对某班级同学消费水平和消费结构进行调研（6 学时）。</p> <p>操作步骤：</p> <p>1. 明确调研的目的；2. 设计调查问卷；3. 选择调查对象进行问卷调查；4. 对调查问卷进行统计分析；5. 在调查班级随机选择 10-15 位同学进行访谈；6. 撰写调查报告；7. 老师对调查报告进行点评。</p> <p>2. 活动二：案例分析（2 学时）。</p> <p>从动态实务案例中选择市场营销环境有关的案例，组织讨论。</p>
教学条件	多媒体教室
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1. 设计调查问卷</p> <p>2. 对调查问卷进行统计分析</p> <p>3. 撰写调查报告</p> <p>评价方式：</p>

	<p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析等；</p> <p>终结性评价：调查报告</p>
--	---

项目 三：消费者购买行为分析		学时：8
学习任务	<p>1．顾客价值分析</p> <p>2．消费者需要解读</p> <p>3．消费者购买动机与购买行为分析</p>	
学习目标	<p>1．掌握顾客让渡价值的内容；</p> <p>2．能领会消费者需要的特征；</p> <p>3．掌握消费者需要的内容；</p> <p>4．了解消费者购买动机和购买行为的特征；</p> <p>5．了解消费者购买行为过程和影响购买行为的因素；</p> <p>6．掌握顾客让渡价值的构成、计算方法和消费者需要、购买动机和购买行为分析方法；</p> <p>7．基本能够运用上述所学的知识和技能进行营销决策，制定相关的营销策略。</p>	
学习内容	<p>1．学会顾客让渡价值的内容；</p> <p>2．学会消费者需要的特征；</p> <p>3．学会消费者需要的内容；</p> <p>4．学会顾客让渡价值的构成、计算方法和消费者需要、购买动机和购买行为分析方法；</p> <p>5．学会制定相关的营销策略。</p>	

教学模式	参与式教学法，互动式学习法，案例教学法，项目作业
学习过程	<p>活动一：一个 5 星酒店与一个经济型酒店卖同样品牌商品，请你为其定价（3 学时）。</p> <p>操作步骤：</p> <p>1．分析两个店的顾客价值与顾客成本；2．对顾客让渡价值进行分析比较；3．名店的价格应定得高于小店，有利于双方销售。</p> <p>活动二：记录自己的一次购买消费活动，提出一个促销方案（2 学时）。</p> <p>操作步骤：</p> <p>1．自己为什么要购买某一品牌的商品，是如何购买如何消费的，有什么样的感受，从中找出决定购买最关键的因素；2．就最关键的因素与同学们在一起交流，看有无共鸣；3．根据共鸣制定促销方案，与同学进行交流讨论。</p> <p>活动三：案例分析（3 学时）。</p> <p>选择一个动态实务案例，引导同学分析讨论。</p>
教学条件	多媒体教室
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1．列出顾客让渡价值的构成</p> <p>2．计算顾客让渡价值</p> <p>3．制定酒店产品促销方案</p> <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析等；</p>

	终结性评价：制定促销方案
--	--------------

项目 四：市场细分与目标市场的选择		学时: 8
学习任务		
学习目标	1. 掌握市场细分的基础知识和基本理论依据； 2. 能正确理解选择目标市场的条件和目标市场定价策略； 3. 能按照市场细分程序，运用市场细分方法对生活资料和生产资料进行细分； 4. 基本掌握选择目标市场和目标市场定位的方法技巧； 5. 能够运用市场细分与目标市场定位的知识和技能，分析和解决目标市场定位与目标市场选择中的实际问题。	
学习内容	1. 学会市场细分的基础知识和基本理论依据； 2. 学会正确选择目标市场的条件和目标市场定价策略； 3. 学会按照市场细分程序，运用市场细分方法对生活资料和生产资料进行细分； 4. 学会运用市场细分与目标市场定位的知识和技能，分析和解决目标市场定位与目标市场选择中的实际问题。	
教学模式	参与式教学法，互动式学习法，案例教学法	
学习过程	活动一：分别到帝豪酒店、喜来登酒店、君华酒店了解各个酒店内商场经营商品的类别、层次，分析其定位上的差异（6 学时）。 操作步骤： 1. 将班级每 10 位同学分成一组，每组确定 1-2 人负责；2. 对	

	<p>学生进行商品类别划分培训，确定选择哪几类商品作为调查对象；</p> <p>3．学生按组进入酒店商场调查，并详细记录调查情况；4．对调查的资料进行整理分析；5．依据市场细分和市场定位理论，找出各个商场市场定位的特点与差异；6．各组进行交流讨论。</p> <p>活动二：案例分析（2 学时）。</p>
教学条件	多媒体教室
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1．正确选择目标市场</p> <p>2．针对目标市场定价；</p> <p>3．按照市场细分程序，运用市场细分方法对生活资料和生产资料进行细分；</p> <p>4．分析和解决目标市场定位与目标市场选择中的实际问题。</p> <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析等；</p> <p>终结性评价：市场细分报告</p>

项目 五：产品决策与新产品开发策略		学时: 4
学习任务	<p>1．产品组合决策</p> <p>2．产品市场生命周期策略</p> <p>3．新产品开发</p> <p>4．品牌与包装策略</p>	
学习目标	1．掌握整体产品、产品组合的概念和产品组合策略；	

	<p>2. 掌握产品市场生命周期各个阶段的特点与营销策略；</p> <p>3. 理解新产品的内涵，掌握新产品开发策略；</p> <p>4. 了解产品品牌、包装的内涵；初步掌握产品品牌策略、商标策略和包装策略；</p> <p>5. 能够运用整体产品概念、产品市场生命周期理论、新产品开发理论和产品品牌、产品包装理论及技能进行产品决策，制定产品营销策略。</p>
学习内容	<p>1. 学会新产品开发策略；</p> <p>2. 学会产品品牌、包装的内涵；初步掌握产品品牌策略、商标策略和包装策略；</p> <p>3. 学会运用整体产品概念、产品市场生命周期理论、新产品开发理论和产品品牌、产品包装理论及技能进行产品决策，制定产品营销策略。</p>
教学模式	讲授法，互动式学习法，案例教学法
学习过程	<p>活动一：和校外实践基地企业导师讨论酒店产品创新问题（3 学时）。</p> <p>操作步骤：</p> <p>1. 正确预测市场发展趋势及市场容量；2. 研究企业自身的优势；3. 研究企业的产品研发能力；</p> <p>4. 研究企业的产品营销能力；5. 进行投入和产出的比较分析；</p> <p>6. 提出决策的思路。</p> <p>活动二：讲授理论（1 学时）。</p>

教学条件	多媒体教室
学习评价	<p>评价项目：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 制定产品品牌策略、商标策略和包装策略； 2. 对酒店餐饮产品制定产品营销策略。 <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析等；</p> <p>终结性评价：餐饮产品销售方案</p>

项目六：定价决策		学时: 8
学习任务	<ol style="list-style-type: none"> 1. 营销定价 2. 价格调整 	
学习目标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 正确认识影响营销定价的因素； 2. 基本掌握营销定价的目标； 3. 掌握营销定价的基本策略； 4. 能理解营销价格调整的依据； 5. 掌握各种营销定价的程序、方法和技巧； 6. 能够在分析影响营销价格因素的基础上进行营销定价，适时调整营销定价。 	
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学会影响营销定价的因素； 2. 学会营销定价的目标； 3. 学会营销定价的基本策略； 4. 学会各种营销定价的程序、方法和技巧； 	

教学模式	互动式学习法，案例教学法
学习过程	<p>活动一：定价技术操作训练（2 学时）。</p> <p>酒店客房经营需要花去折旧费 50 000 元，管理费用 30 000 元，劳动保护及保险费用 13 000 元，每接待一位顾客消耗 535 元，工人工资 3000 元，酒店每天接待 200 位客人刚好盈亏平衡，问每间客房售价应为多少？其价格定在什么样的水平上能保证企业盈利 1500 万元？</p> <p>活动二：以营销副总的角色把握重点商品的营销（4 学时）。</p> <p>操作步骤：</p> <p>1．企业导师根据产品销售数量、金额分析不同类别、不同品种产品销售在产品总销量、总销售额中所占的比重；2．找出影响企业销售业绩的重点产品；3．找出重点产品营销对其他产品营销的影响和带动作用；4．把营销工作的重点放在重点产品的营销上。</p> <p>活动三：案例分析（2 学时）。</p>
教学条件	多媒体教室
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1．计算酒店客房定价；</p> <p>2．找出酒店运营产品中的重点产品</p> <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析等；</p> <p>终结性评价：蓝墨云班课电子考题</p>

项目 七：分销渠道决策		学时: 10
学习任务	1. 分销渠道管理 2. 选择中间商 3. 分销渠道创新	
学习目标	1. 正确理解分销渠道的基本类型与模式； 2. 了解中间商的概念、作用与类型； 3. 基本掌握分销渠道选择和影响分销渠道选择的因素； 4. 掌握分销渠道的基本策略； 5. 掌握分销渠道模式分析方法以及分销渠道决策技巧和产品实体分销技术； 6. 能够依据所依赖的环境、企业 and 产品特点选择分销渠道和制定分销渠道策略，具有产品实体分销能力。	
学习内容	1. 学会分销渠道选择和影响分销渠道选择的因素； 2. 学会分销渠道的基本策略； 3. 学会分销渠道模式分析方法以及分销渠道决策技巧和产品实体分销技术； 4. 学会选择分销渠道和制定分销渠道策略，具有产品实体分销能力。	
教学模式	参与式教学法，互动式学习法，案例教学法	
学习过程	活动一：调查校外实践基地营销渠道现状、存在的问题及创新对策（8 课时）。 操作步骤： 1. 学习分销渠道有关知识；	

	<p>2. 将班级同学分成若干组, 每组选择学校所在地一家房产公司;</p> <p>3. 实地调研房地产公司分销渠道现状;</p> <p>4. 小组成员一起分析公司分销渠道的特点、优势、问题和对策;</p> <p>5. 班级交流;</p> <p>6. 老师点评。</p> <p>活动二: 案例分析 (2 课时)。</p> <p>选择与本章内容有关的案例, 组织学生讨论。</p>
教学条件	多媒体教室, 校外实践基地
学习评价	<p>评价项目:</p> <p>1. 制定分销渠道的基本策略;</p> <p>2. 针对校外实践基地分销渠道进行评述</p> <p>评价方式:</p> <p>过程性评价: 提问、分组讨论、案例分析等;</p> <p>终结性评价: 评述报告</p>

项目 八: 促销决策		学时: 8
学习任务	<p>1. 促销组合</p> <p>2. 人员推销</p> <p>3. 广告</p> <p>4. 营业推广</p>	
学习目标	<p>1. 理解与掌握促销策略组合的内容;</p> <p>2. 掌握人员推销的基本特点和策略;</p>	

	<p>3. 了解广告决策的特点和广告宣传的内容及策略；了解公共关系的基本内容；基本掌握公共关系活动的方式和促销途径；</p> <p>4. 掌握营业推广的形式；</p> <p>5. 基本掌握促销方式及组合策略的方法和技巧；</p> <p>6. 具有运用所学理论和方法进行产品推销、广告宣传、公共关系和营业推广的能力，能够综合运用各种促销方式开展促销活动。</p>
学习内容	<p>1. 学会促销策略组合的内容；</p> <p>2. 学会人员推销的基本特点和策略；</p> <p>3. 学会公共关系活动的方式和促销途径；</p> <p>4. 学会营业推广；</p> <p>5. 学会促销方式及组合策略的方法和技巧；</p> <p>6. 学会综合运用各种促销方式开展促销活动。</p>
教学模式	项目导向法，互动式学习法，案例教学法
学习过程	<p>活动一：为校外实践基地拟定月饼退款促销方案（4学时）。</p> <p>操作步骤：</p> <p>1. 了解退款的操作要点，如促销费用的预算、活动时间、消费者参与率等；</p> <p>2. 制定以下方案：</p> <p>(1) 消费者在规定时间内，将 XX 个内部印有××标志的月饼包装袋拿到指定的兑换地点，酒店便立即兑换 XXX 元现金；(2) 规定每人限换一次，幸运名额共 XXX 个；(3) 利用媒体进行广告宣传，宣传主题是“花 XXX 元得 XXX 元”；(4) 活动结束后进行总结。</p>

	<p>活动二：为西餐厅进行促销活动策划（4 学时）。</p> <p>操作步骤：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 确定促销主题； 2. 确定促销价格； 3. 确定促销产地； 4. 确定促销时间； 5. 布置活动现场 6. 促销前的准备工作 7. 现场促销的执行； 8. 售后服务。 <p>活动三：讲授总结（2 学时）。</p>
教学条件	多媒体教室，校外实践基地
学习评价	<p>评价项目：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 月饼促销方案能被酒店方认可 2. 西餐厅促销方案能被酒店方认可 <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析等；</p> <p>终结性评价：促销方案</p>

项目 九：服务业市场营销管理		学时: 10
学习任务	<ol style="list-style-type: none"> 1. 服务市场营销组合 2. 网络营销 	

	<p>3. 市场营销战略</p> <p>4. 市场营销组织</p> <p>5. 市场营销控制</p>
学习目标	<p>1. 理解服务市场营销组合和服务利润链的逻辑含义；</p> <p>2. 掌握服务市场营销组合方法和技巧，以及服务产品开发，服务营销管理技术；</p> <p>3. 了解网络营销的概念、特点、类型等基本知识。</p> <p>4. 理解市场营销战略的特点</p> <p>5. 了解市场营销战略要素、决策、程序和步骤</p> <p>6. 基本掌握市场营销战略决策的程序、市场营销计划编制的方法、营销组织机构设计技术和营销控制方法与技巧</p>
学习内容	<p>1. 学会服务市场营销组合方法和技巧</p> <p>2. 学会服务产品开发，服务营销管理技术；</p> <p>3. 学会运用网络进行营销；</p> <p>4. 学会市场营销战略决策的程序</p> <p>5. 学会营销控制方法与技巧</p>
教学模式	讲授法，现场参观，案例分析法，项目驱动法
学习过程	<p>活动一：设计网上调查问卷（3 课时）。</p> <p>操作步骤：</p> <p>1. 教师布置网上调查任务；2. 根据调查任务，分析被调查人群的特点，设计与制作网上调查问卷；3. 通过 E-mail 或在线发布网上调查问卷；4. 归纳分析调查结果；5. 撰写调查报告。</p>

	<p>活动二：为校外实践基地酒店西餐厅策划产品创新（4 课时）。</p> <p>操作步骤：</p> <p>1．对该饭店的西餐经营项目和品种进行全面调查；2．讨论该酒店西餐产品创新的各种思路；3．提出除增加部分服务项目；4．确定新增加项目价格和促销策略。</p> <p>活动三：对中餐厅新产品设计谈判报价方案（4 课时）。</p> <p>操作步骤</p> <p>1．进行市场调研，掌握同类产品价格信息；2．充分掌握该产品的成本；3．分析、预测谈判对方可接受的价格预期；4．分析谈判中讨价还价的策略；5．确定高于可售价格的报价。</p>
教学条件	多媒体教室，校外实践基地
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1.设计并发放网络调查问卷，对网络调查问卷进行回收分析；</p> <p>2.西餐厅创新方案被酒店方认可；</p> <p>3.中餐厅产品方案被酒店方认可；</p> <p>评价方式：</p> <p>过程性评价：提问、分组讨论、案例分析等；</p> <p>终结性评价：网络调查问卷分析；西餐厅方案；中餐厅方案</p>

五、课程考核建议

1.考核方式

考核方式上，采用形成性与终结性评价相结合的理论考试、调研报告、阶段

测试等多种考核方式 ,理论考试(30%)+调研报告(20%)+ 阶段测试(50%)。理论考试重在评价酒店市场营销课程的理论学习情况 , 占总成绩的 30%。调研报告重在评价学生酒店市场营销理论的知识转化为实践的能力 , 以及对酒店市场营销的基本掌握程度及创新能力的表现 , 占总成绩的 20%。阶段测试成绩主要包括考勤、课前预习完成情况 , 实训项目表现环节的表现 , 占总成绩的 50%。

2.考核标准

考核标准应与本专业学生营销策划职业能力和销售上岗条件相结合。

六、学习资源建议

- 1、《酒店营销实务》,宿荣江,中国人民大学出版社,2016年2月1日(第三版)
- 2、《酒店市场营销》,刘建飞、李华丽,湖南大学出版社,2018年2月1(第1版)
- 3、《帝豪酒店动态实务案例》,与校外实践教学基地企业导师共同编制

七、编制依据

本课程是依据“酒店管理专业工作任务与职业能力分析表”中的酒店市场营销工作项目,以及《高等职业学校专业教学标准(旅游大类)》专业教学标准以及酒店管理专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《外贸英语函电》

适用专业：高职国际贸易实务等经贸类专业

编制单位：国贸营销教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0701790B	黄穗光	2019.4.19	黄穗光	2019.4.19		

《外贸英语函电》课程标准

课程名称：外贸英语函电

课程类型：专业必修课

学时学分：108 学时（6 学分）

开设学期：四学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是国际贸易实务专业的专业必修课程。

（二）课程任务

主要针对商贸企业以及具有进出口经营权的生产企业的外贸岗位群开设。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《国际贸易概论》《国际贸易实务》等课程，后续课程有《国际贸易模拟实训》《国际市场营销》等课程。

二、课程目标

通过讲授使学生掌握英文商务书信的基本格式和基本要求，熟练掌握外贸各环节函电磋商中常用词汇、表达、句型的运用，具备英文商业书信的阅读与书写能力，为从事对外贸易与国际商务打下基础。

三、课程设计

本课程以进出口贸易的磋商与履程序为主线，重点介绍外贸英文书信的基本格式，写作的基本原则与要求，进出口贸易各环节函电磋商中常用的词汇、表达与句型。通过具体信例的讲解、大量的实训练习，使学生具备英文商业书信的阅读与书写能力，为从事对外贸易与国际商务工作打下基础。

学时分配建议表

章节	理论教学内容	教 学 时 分 配
Unit 1	Fundamentals of Modern Business Letter Writing	6
Unit 2	Establishing Business Relations	6
Unit 3	Inquiry	12
Unit 4	Offer	12
Unit 5	Counter-offers	18
Unit 6	Acceptance and Confirmation	18
Unit 7	Order and Contract	6
Unit 8	Payment and L/C	6
Unit 9	Packing	6
Unit 10	Shipment	6
Unit 11	Insurance	6
Unit 12	Complaint, Claim and Settlement	6

四、课程内容与教学建议

unit 1 Fundamentals of Modern Business Letter Writing

【目的要求】

Knowing the form of business letter

Knowing the structure of business letter

Knowing how to address envelopes

【主要内容】

Write letters in 4 forms

Arrange letter parts in proper structure

Address an envelope

【讲授内容】

1. the basic requirements of business letter writing
2. the basic parts of business letters
3. the basic layout/format of business letters
4. addressing envelopes

Unit 2 Establishing Business Relations

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters of establishing business relations

Familiar with common words and useful expressions used in establishing business relations

Acquiring skills in writing letters of establishing business relations

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 3 Inquiry

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters of inquiry

Familiar with common words and useful expressions used in inquiry

Acquiring skills in writing letters of inquiry

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 4 Offer

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters of quotations and offers
Familiar with common words and useful expressions used in the letters of quotations and offers
Acquiring skills in writing letters of quotations and offers

【主要内容】

Reading and translating the example letters
Translating useful sentences from Chinese to English
Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 5 Counter-offers

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters of counter-offers
Familiar with common words and useful expressions used in counter-offer letters
Acquiring skills in writing letters of counter-offer

【主要内容】

Reading and translating the example letters
Translating useful sentences from Chinese to English
Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 6 Acceptance and Confirmation

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters of acceptance and orders
Familiar with common words and useful expressions used in letters of acceptance and orders
Acquiring skills in writing letters of acceptance and orders

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 7 Order and Contract

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters of payment

Familiar with common words and useful expressions used in payment letters

Acquiring skills in writing letters of payment

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 8 Payment and L/C

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters about L/C

Familiar with common words and useful expressions used in letters about L/C

Acquiring skills in writing letters about L/C

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 9 Packing

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters of packing and shipment

Familiar with common words and useful expressions used in letters of packing and shipment

Acquiring skills in writing letters of packing and shipment

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 10 Shipment

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters about insurance

Familiar with common words and useful expressions used in insurance letters

Acquiring skills in writing letters about insurance

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 11 Insurance

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters of complaints and claims

Familiar with common words and useful expressions used in letters of complaints and claims

Acquiring skills in writing letters of complaints and claims

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

Unit 12 Complaint, Claim and Settlement

【目的要求】

Understanding basic requirements for letters about agency

Familiar with common words and useful expressions used in letters about agency

Acquiring skills in writing letters about agency

【主要内容】

Reading and translating the example letters

Translating useful sentences from Chinese to English

Composing a letter according to given messages

【讲授内容】

1. basic knowledge concerned
2. letter writing guide
3. the commonly used expressions and sentences
4. sample letters

五、课程考核建议

本课程期末采用闭卷考试，成绩占总成绩的 70-80%，平时作业占 20-30%。

六、学习资源建议

1. 教材

《国际商务函电》，韩玉珍 王慧敏 主编，首都经济贸易大学出版社

2. 参考书目

《外贸英语函电》，徐美荣主编，对外经济贸易大学出版社。

《对外经济贸易英语函电》，郦汉臣主编，广州出版社出版社。

《世纪商务英语外贸函电》，吴思乐、胡秋华主编，大连理工大学出版社。

七、编制依据

该课程标准是依据国际贸易实务专业教学标准以及国际贸易实务专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《市场营销策划实务》

适用专业： 市场营销

编制单位： 国贸与国营教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0701720B	余浩源	2019-4-20				

高等职业学校《营销策划》课程教学标准

课程名称：市场营销策划实务

课程类型：必修课（专业核心课程）

总学时：72 学时

总学分：4 学分

开设学期：第五学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

营销策划是市场营销专业的专业核心能力课程，是融合市场营销、消费者行为学、市场调查与预测等课程为一体的综合课程，是基于市场营销专业人才培养方案中核心目标岗位应具备营销策划的基础理论、基本知识和基本技能而设置的一门必修专业核心课程。

（二）课程任务

本课程主要针对市场销售、推广、调研及策划等岗位开设，主要任务是培养学生营销工作岗位的策划及分析能力。通过本课程的教学，使学生掌握营销策划的理论基础、思维路径和基本方法，并能正确地运用所学的专业知识，来进行产品、价格、渠道、促销组合等方面的营销策划及分析。从而使具备市场分析、营销活动策划、方案实施及策划方案撰写等基本技能。

（三）课程衔接

在课程设置上，本课程的前导课程主要有：营销原理、商品学、消费心理学、销售管理、市场调查与分析、统计学、商务礼仪；后续课程主要有专业实习，主要包括：现实营销问题分析及策划能力、企业实践。

二、课程目标

通过本课程的教学，使学生掌握现代市场营销策划的基本理论、基本知识和基本工具，提高学生对企业营销活动的分析、判断和策划能力。并能针对市场环境及企业的实际情况，运用所学营销策划理论及相关工具、方法，帮助企业制订

具备实际操作性的策划方案。因此，通过本课程的学习，期望学生在理论知识、职业技能及个人素质等方面达到如下几方面的要求：

1、知识目标

- (1) 了解和掌握营销策划的基本原理及策划程序
- (2) 掌握撰写营销策划方案的基本方法和基本流程
- (3) 掌握市场调研的基本内容及基本流程
- (4) 了解不同主题策划内容的特点和要求
- (5) 掌握营销策划相关分析工具
- (6) 掌握专项营销策划活动的专业知识和分析、构思、设计要求。
- (7) 掌握营销策划方案实施和控制的基本理论和方法。

2、技能目标

- (1) 具有一定的书面写作能力
- (2) 具有较强的自学能力、理解能力与沟通表达能力
- (3) 具有市场调研的计划制定、信息收集、方案实施、数据分析和撰写调研报告的能力
- (4) 能够在调研的基础上进行全面系统的分析，提出创意，制定并撰写相关营销策划方案
- (5) 具备一定的 WORD 文档、EXCEL 及 PPT 的制作、排版等方面的能力
- (6) 具有对社会、环境的适应能力及人际关系处理能力。
- (7) 具有一定的创意思维

3、素质目标

- (1) 具有严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德
- (2) 有健康的身体、心理素质，良好的文化修养
- (3) 具有团队协作精神。
- (4) 具有坚强的毅力和吃苦耐劳的精神

三、课程设计

本课程以就业为导向，根据现代企业对营销策划岗位的具体要求，以市场调研——策划理论——项目策划为主线，以营销策划相关岗位的工作任务和职业能力分析为依据，按照由浅入深、层层递进的顺序进行。通过情景创设、岗位模拟、项目导向、课堂与实训地点一体化等活动项目来组织教学，倡导学生在项目活动中

学会灵活处理企业各种有关策划方面的实际问题，同时培养学生分析问题能力、信息处理能力、沟通表达能力，切实提高学生分析、处理实际问题的综合素质能力，为以后学生走向营销策划岗位奠定基础。课程教学以模块化方式进行，总体设计思路如表 1:

表 1 课程总体设计

课程名称	市场营销策划实务	计划总学时: 72
营销策划的基本理论和方法	通过本模块的学习, 学生应掌握 营销策划的基本概念、方法 了解营销策划书的结构与内容 熟悉营销策划书的撰写技巧 能结合实践独立撰写营销策划书;	参考学时: 8
市场调研策划	通过本模块学习, 学生应掌握市场调研的基本内容及方法, 并初步具有: 市场调查方案设计策划的能力 具有制定调查提纲和设计调查问卷的能力 进行实地调研的能力 收集、整理和分析资料的能力 撰写调研报告的能力	8
市场营销战略策划	通过本模块学习, 学生应具备: 市场细分策划能力; 目标市场选择的能力; 市场定位策划能力, 撰写市场定位设计方案。 识别竞争对手, 熟悉企业可运用的基本竞争战略及掌握企业竞争战略策划的方法 掌握企业形象策划设计的基本理论及策划流程等 了解顾客满意策划的基本理论 了解顾客满意度指标及掌握顾客满意度调查方法 掌握顾客满意策划的流程及策划方案的实施	26
市场营销战术策划	通过本模块学习, 学生应具备: 产品组合方案设计能力; 新产品上市推广策划能力, 撰写产品上市推广方案; 初步具备运用定价策略与方法制定	26

	价格的能力及变动价格策划的能力 初步具备销售渠道设计能力,根据不同产品进行渠道模式选择与评估的能力 具备促销组合方案设计能力,具备新产品上市促销策划的能力;	
创新营销策划	通过模块学习,使学生了解市场营销策划的前沿知识	4
实战训练	结合上述各个模块为学生设计训练子项目,使学生循序渐进达到课程目标	

四、课程内容与教学建议

本课程根据企业营销策划岗位的职业要求,考虑市场营销学生将来工作的实际需要。并依据营销策划课程的特点,结合理论与实践,培养学生理论分析能力与实际动手能力,从而提高学生专业能力与职业素质。

课程内容设计,遵循高职学生的认知规律,从相关背景、案例入手,引出相关概念,然后围绕概念进一步展开,讲解相关的知识、原理与方法,运用案例分析、角色扮演或分组讨论、启发引导学生,培养学生综合运用所学知识解决实际问题的能力。同时,创造条件引入企业营销策划导师走进课堂及使学生走进企业参观、实习,从而使学生进一步把理论与实践结合起来,为将来走上工作岗位打下更坚实的基础。课程主要内容及学习项目设计具体情况如下表:

表 2 课程内容设计

第一单元: 营销策划导论		学时: 4
学习任务	准确、理解性地描述策划、营销策划的概念及内容; 准确描述国内外营销策划行业的发展现状;	
学习目标	1、掌握企业产品与市场结构体系 2、了解策划的起源和发展历程 3、了解现代市场营销策划的内容及行业现状	
学习内容	1. 市场的产生及市场体系 2. 策划及营销策划的概念、内容及步骤 3. 营销战略策划与战术策划 4. 营销创新策划基本概念	

	5. 营销策划行业现状
教学模式	1. 问答 2. 分组讨论 3. 案例分析
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解市场及市场体系概念，并在此基础上切入到营销策划概念及营销策划步骤的讲解；</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对营销策划相关概念、步骤的理解程度；</p> <p>1.2 课堂练习，通过练习巩固学生对营销策划概念及步骤的掌握</p> <p>以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问及课堂练习的教学方式；</p> <p>2. 讲授营销策划的内容及行业现状， 学生进行案例分析、讨论，结合学生对案例的讨论结果，教师进行点评</p> <p>以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学校实训基地
学习评价	<p>(1) 学生对营销策划相关概念、内容、行业现状及步骤的理解掌握程度</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，小组讨论表现的协作、沟通能力，对案例分析的条理性、准确性。</p> <p>(3) 课堂练习的完成程度</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>主要有提问、案例分析、课堂练习；</p>

第二单元：营销策划方案撰写		学时：4
学习任务	设计营销策划的一般流程 执行实施营销策划活动 撰写营销策划方案；	
学习目标	1. 掌握企业营销策划的创意表达 2. 了解营销策划书结构和内容 3. 熟悉掌握策划书的撰写技巧	
学习内容	1 营销策划流程及创意表达 2 营销策划方案结构与内容 3 营销策划方案撰写原则与技巧	
教学模式	1. 问答 2. 案例分析 3. 课堂练习 4. 课后实训	
学习过程	1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解营销策划的一般流程及创意 1.1 讲授结合提问，了解学生对营销策划流程、创意表达的理解程度 以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问的教学方式； 2、通过课堂讲解营销策划方案的结构与内容及策划方案的撰写技巧； 2.1 课堂练习，通过练习巩固学生对营销策划内容及策划方案结构与内容及撰写技巧的掌握； 2.2 课后实训布置（设计营销策划方案） 此部分内容共需要 2 学时，主要采用讲授及课堂练习的教学方式	

教学条件	多媒体课室、教材，学生自备练习本，学校实训基地
学习评价	<p>(1) 学生对营销策划流程、创意表达的理解掌握程度</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性。</p> <p>(3) 课堂练习的完成程度</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>过程评价：主要有提问、案例分析、课堂练习；</p> <p>终结性评价：实训报告——营销策划方案设计</p>

第三单元：营销策划环境分析与调研策划		学时: 8
学习任务	<p>制定市场调研的策划方案</p> <p>搜集市场信息，整理、归纳及进行资料分析</p> <p>分析企业市场营销环境；</p> <p>撰写调研报告</p>	
学习目标	<p>1. 掌握市场调研信息收集方法</p> <p>2. 掌握市场调研技巧</p> <p>3. 学会营销策划环境分析的方法</p> <p>4. 熟练运用 SWOT 分析法分析实际问题</p>	
学习内容	<p>1 企业营销环境分析</p> <p>2 企业营销 SWOT 分析</p> <p>3 营销调研策划</p> <p>(1) 市场调研的内容</p> <p>(2) 市场调研策划流程</p> <p>(3) 调查问卷设计内容与技巧</p> <p>(4) 营销调研方案报告书</p>	
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p> <p>4. 课后实训</p>	

学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解营销环境的内涵、影响要素</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对营销环境分析过程及分析方法的理解程度</p> <p>以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问的教学方式；</p> <p>2、通过课堂讲解企业营销 SWOT 分析</p> <p>2.1 课堂案例分析，通过给出现实案例，学生根据案例进行 SWOT 分析；</p> <p>本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3. 营销调研策划</p> <p>3.1 通过案例引导，讲授市场调研的内容及策划流程</p> <p>3.2 通过结合案例讲授调查问卷的设计及技巧</p> <p>3.2.1 学生确定调查项目，并讨论问卷设计及调研提纲制定等</p> <p>3.3 讲授市场调研报告的结构及内容</p> <p>本部分内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问、案例分析及分组讨论的教学方式</p> <p>4、课后实训布置（根据某一项目：如在校大学生消费状况调查等设计调查问卷，调查实施，并根据所收集材料进行整理、归纳及分析，并据此撰写调研报告）</p> <p>此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品，学校实训基地
学习评价	<p>（1）营销环境的分析、SWOT 分析方法的运用、调查方法的掌握及调研方案的设计</p> <p>（2）学生的出勤、课堂问题回答积极性，分组讨论的积极性及协作性</p> <p>（3）课堂问卷调查方案设计及调研策划方案制定的完成</p>

	<p>程度</p> <p>(4) 评价方式:</p> <p>过程评价: 主要有提问、分组讨论、课堂项目设计;</p> <p>终结性评价: 实训报告——调查问卷及市场调研报告</p>
--	--

第四单元: 市场定位策划		学时: 8
学习任务	<p>在市场调研的基础上, 根据消费者需求的差异性进行市场细分;</p> <p>在市场细分的基础上, 针对企业的实际及对营销环境的分析, 选择适合企业实际的目标市场;</p> <p>结合企业的营销目标, 在选择目标市场的基础上, 进行市场定位;</p>	
学习目标	<p>1. 掌握市场定位、市场细分、目标市场选择等基本概念</p> <p>2. 了解市场定位策划及其原则、市场定位策划的模式与内容、市场定位策划的最佳途径、市场定位过程及其步骤。</p>	
学习内容	<p>1、市场细分策划</p> <p> (1) 市场细分策划</p> <p> (2) 目标市场选择策划</p> <p>2 市场定位策划</p> <p> (1) 市场定位策划及其原则</p> <p> (2) 市场定位模式及依据</p> <p> (3) 市场定位方式及步骤</p> <p> (4) 市场定位战略策划</p>	
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p>	
学习过程	<p>1. 通过案例的导入, 由浅入深地讲解市场细分的概念、</p>	

	<p>过程及市场细分的依据，以及目标市场选择的定义及选择的策略</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对市场细分、目标市场选择及目标市场选择策略含义的理解程度</p> <p>以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授市场定位的内容、步骤及定位的方式</p> <p>2.1 课堂案例分析，通过给出现实市场定位营销案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p>本部分内容共需 4 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品，学校实训基地
学习评价	<p>(1) 学生对市场细分、目标市场选择及市场定位的含义、内容及操作过程的理解掌握程度</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论；</p>

第五单元：市场竞争战略策划		学时: 6
学习任务	<p>进行一般的竞争者分析并识别竞争者</p> <p>简单判断竞争者的战略</p> <p>初步评估竞争者的优势与劣势</p> <p>在市场分析的基础上，协助企业选择竞争战略</p>	
学习目标	<p>1. 识别竞争对手</p> <p>2. 熟悉企业可运用的基本竞争战略</p>	

	3. 掌握企业竞争战略策划的方法
学习内容	1、竞争者的分析过程 2、市场竞争战略选择与分析 (1) 企业竞争战略选择 (2) 企业竞争战略分析
教学模式	1. 问答 2. 案例分析 3. 分组讨论
学习过程	1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解竞争分析的概念、分析的过程 1.1 讲授结合提问，了解学生对竞争分析概念、竞争分析过程的理解程度 以上内容共需 3 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式； 2、通过结合案例讲授企业竞争战略的分析与选择过程 2.1 课堂案例分析，通过给出现实竞争战略选择营销案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评； 本部分内容共需 3 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式； 3、课后实训布置 此部分内容为课外实训
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品，学校实训基地
学习评价	(1) 学生对竞争者分析的内容及过程的理解掌握程度 (2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性 (3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力 (4) 评价方式：

	<p>过程评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论；</p> <p>终结性评价：实训报告</p>
--	--

第六单元：企业形象策划		学时: 6
学习任务	<p>进行一般的企业形象分析</p> <p>协助企业进行 CIS 的导入</p>	
学习目标	<p>1. 企业形象认知；</p> <p>2. 掌握企业形象策划设计；</p> <p>3. 了解企业形象策划导入应注意的问题</p>	
学习内容	<p>1 企业形象认知</p> <p>2 企业形象策划设计</p> <p> (1) 企业理念识别设计系统</p> <p> (2) 企业行为识别设计系统</p> <p> (3) 企业标识识别设计系统</p> <p>3 企业形象策划导入应注意的问题</p>	
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p>	
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解企业形象策划的基本概念、企业形象策划系统及企业形象策划导入应注意的事项</p> <p> 1.1 讲授结合提问，了解学生对企业形象策划的相关概念、企业形象策划系统的理解程度</p> <p> 以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授企业形象策划导入的过程及注意的事项</p> <p> 2.1 课堂案例分析，通过给出实际企业形象策划导</p>	

	<p>入的营销案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p>本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3、课后实训布置</p> <p>此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品
学习评价	<p>(1) 企业形象分析过程及企业形象策划的导入</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>过程评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论；</p> <p>终结性评价：实训报告</p>

第七单元：顾客满意策划		学时: 6
学习任务	<p>设计简单的顾客满意度指标</p> <p>开展顾客满意度调查</p> <p>制定顾客满意策划的流程并实施</p>	
学习目标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握顾客满意的整体概念 2. 理解顾客满意的重要性 3. 掌握顾客满意的层次划分 4. 了解顾客满意度指标 5. 掌握如何开展顾客满意度调查 6. 了解顾客满意策划的流程和原则 7. 掌握实施顾客满意策划的策略 8. 顾客服务满意策划 	

学习内容	<p>1 顾客满意认知</p> <p>2 顾客满意度指标与调查</p> <p>3 实施顾客满意策划实施</p> <p> (1) 顾客满意策划流程</p> <p> (2) 顾客满意策划原则</p> <p> (3) 实施顾客满意策划的策略</p> <p> (4) 顾客服务满意策划</p>
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p> <p>4. 课后实训</p>
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解顾客满意策划的相关概念、顾客满意度的层次及满意度的衡量指标；</p> <p> 1.1 讲授结合提问，了解学生对顾客满意策划的相关概念、顾客满意度层次的理解程度，满意度指标与实际运用</p> <p> 以上内容共需 3 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授顾客满意策划的流程及实施</p> <p> 2.1 课堂案例分析，通过给出实际顾客满意策划的营销案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p> 本部分内容共需 3 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3、课后实训布置(通过问卷设计，展开顾客满意度调查)</p> <p> 此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品，学校实训基地
学习评价	<p>(1)设计顾客满意度调查问卷、顾客满意度指标的应用、制定顾客满意度策划方案及实施；</p>

	<p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性, 案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性, 理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式:</p> <p>过程评价: 主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论;</p> <p>终结性评价: 顾客满意度问卷设计及调研报告</p>
--	--

第八单元: 产品策划		学时: 8
学习任务	分析产品组合策划、品牌策划及包装策划 运用产品生命周期分析新产品的上市和推广策略 制定简单的产品上市推广方案	
学习目标	1. 了解产品整体及其意义 2. 熟悉产品品牌与包装策略 3. 掌握新产品开发的方法及策略	
学习内容	1 产品策划概述 2 品牌与包装策划 (1) 品牌策划 (2) 商标策划 (3) 包装策划 3 新产品开发策划	
教学模式	1. 问答 2. 案例分析 3. 分组讨论 4. 课后实训	
学习过程	1. 通过案例的导入, 由浅入深地讲解产品策划的相关概念、产品品牌与包装策划的内容及策略 1.1 讲授结合提问, 了解学生对产品整体概念、品	

	<p>牌策划及包装策略内容的理解程度；</p> <p>以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授新产品的开发策略及上市策略</p> <p>2.1 课堂案例分析，通过给出新产品开发与上市的营销案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p>本部分内容共需 4 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3、课后实训布置（根据某一企业开发的新产品，制定上市推广方案），此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品，学校实训基地
学习评价	<p>（1）分析产品组合策划、品牌策划及包装策划；产品生命周期在新产品上市与推广分析中的运用；产品上市方案的制定；</p> <p>（2）学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>（3）课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>（4）评价方式：</p> <p>过程评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论；</p> <p>终结性评价：上市推广方案的制定</p>

第九单元：价格策划		学时: 6
学习任务	<p>分析价格策划影响因素</p> <p>运用定价方法进行产品定价</p> <p>制定新产品入市价格策略</p> <p>根据市场实际情况进行产品价格调整</p>	

<p>学习目标</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 识记价格和价格策划的含义； 2. 了解影响价格策划的因素； 3. 掌握价格定价方法、新产品入市价格策划和产品调价策划。
<p>学习内容</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 价格策划概述 2 新产品入市价格策划 3 产品调价策划 4 企业避让恶性价格竞争风险的策划 <ol style="list-style-type: none"> (1) 恶性价格竞争概念 (2) 避让恶性价格竞争的战略策划
<p>教学模式</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 问答 2. 案例分析 3. 分组讨论 4. 课后实训
<p>学习过程</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解价格策划的相关概念、产定价方法与策略、价格调整策略等内容 <ol style="list-style-type: none"> 1.1 讲授结合提问，了解学生对产品定价概念、方法及定价策略内容的理解程度； <p>以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> 2、通过结合案例讲授新产品入市价格制定策略、价格调整策略及价格竞争风险规避策略 <ol style="list-style-type: none"> 2.1 课堂案例分析，通过给出新产品入市定价的营销案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评； <p>本部分内容共需 4 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> 3、课后实训布置（根据某一企业开发的新产品，制定上市价格策略）

	此部分内容为课外实训
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品
学习评价	<p>(1) 影响价格制定的影响因素的分析过程；定价方法的运用；新产品上市价格的制定；根据市场实际调整产品价格；</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>过程性评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论</p> <p>终结性评价：课后实训报告</p>

第十单元：渠道策划		学时：6
学习任务	分析分销渠道设计影响因素 针对企业实际进行分销渠道 制定分销渠道政策 进行分销渠道管理 进行物流系统设计策划	
学习目标	1. 了解分销渠道的含义及意义 2. 掌握传统及现代分销渠道结构建设的组成 3. 掌握致直复营销的含义及方法 4. 熟悉供应链管理下的现代物流系统	
学习内容	1 分销渠道结构建设 2 分销渠道设计与优化 (1) 分销渠道设计 (2) 分销渠道管理	

	<p>(3) 分销渠道优化</p> <p>3 直复营销策划</p> <p>4 供应链管理下的物流系统策划</p>
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p>
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解渠道策划的相关概念、渠道设计的影响因素及设计过程、分销渠道的政策制定及管理等内容</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对渠道策划相关概念、渠道设计及渠道政策制定与管理等内容的理解程度；</p> <p>以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授直复营销策划、供应链管理下的物流系统设计策划等内容</p> <p>本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品
学习评价	<p>(1) 渠道设计影响因素的分析过程、根据企业实际进行渠道的设计及管理制定；制定简单的物流系统</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>过程性评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析</p>

第十一单元：促销策划	学时: 6
------------	-------

学习任务	<p>分析促销组合的影响因素并制定促销组合策略</p> <p>制定促销主题及促销主题策划的时间</p> <p>分析促销创意策划的影响因素</p> <p>针对企业营销活动制定促销方案</p>
学习目标	<p>1. 了解促销和促销组合的含义；</p> <p>2. 掌握人员促销、广告促销、营业促销和公关关系促销的内容和流程；</p> <p>3. 掌握促销主题策划的时间和促销主题的确定；</p> <p>4. 掌握促销创意策划的影响因素和流程。</p>
学习内容	<p>1 促销组合选择</p> <p>2 促销主题策划及促销创意策划</p> <p> (1) 促销主题策划</p> <p> (2) 促销创意策划</p>
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p> <p>4. 课后实训</p>
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解促销策划的相关概念、影响促销组合的因素及促销组合方案的设计等内容</p> <p> 1.1 讲授结合提问，了解学生对促销策划相关概念、促销组合的影响因素与促销组合的选择等内容的理解程度；</p> <p> 以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授促销主题策划、促销创意策划等内容</p> <p> 本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品
学习评价	(1) 促销组合影响因素的分析过程、促销组合的设计及

	<p>促销主题的制定；针对企业某项营销活动制定促销方案</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>过程性评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析</p> <p>终结性评价：撰写促销方案</p>
--	--

第十二单元：创新营销策划管理		学时：4
学习任务	<p>熟悉创新营销策划内容</p> <p>制订创新营销策划方案</p>	
学习目标	<p>1. 掌握关系营销的内涵、特征及原则</p> <p>2. 掌握数字化营销的内涵、特点</p> <p>3. 了解数字化营销的理解误区</p> <p>4. 掌握体验营销内涵、特点及主要策略</p> <p>5. 掌握关系营销的内涵、特点及原则</p>	
学习内容	<p>1 关系营销</p> <p>2 数字化营销</p> <p>3 体验营销</p> <p>4 服务营销</p>	
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p> <p>4. 课后项目设计</p>	
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解关系营销、数字化营销策划的相关概念、内容与策划流程等内容</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对创新营销策划相关</p>	

	<p>概念、内容及流程等的理解程度；</p> <p>以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授体验营销策划、服务营销策划等内容</p> <p>本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品
学习评价	<p>(1) 创新营销策划的理解、创新营销策划方案的设计等；</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>过程性评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析</p> <p>终结性评价：项目设计</p>

五、课程考核建议

(一) 考核方式

本课程考核采用平时考核与期末考查相结合的方式进行。平时考核主要采用考勤、实训、课堂讨论、课堂实操等形式。期末考查根据各专业情况采用闭卷考试。

(二) 课程考核成绩评定

1. 基本思路：

学习过程考核和结果考核相结合，项目完成评分考核和期末综合考核相结合。

2. 课程设计的评分标准（共 100 分）

(1) 学习过程考核 30%。其中：

①出勤 15%;

②课堂表现和项目完成情况 20 %

③课后自主学习的进展, 实训作业、案例分析表现 5%。

(2) 期末综合考核 70 %。

(3) 本课程按百分制考查, 60 分为合格。

六、学习资源建议

1、本标准制订所依据的教材和参考资料

(1) 市场营销策划实务【M】黄博文. 杨宇. 周联, 广州: 华南理工大学出版社 2015

(2) 营销策划实务【M】李玉海. 李逊, 北京: 北京邮电大学出版社 2013

(3) 营销策划实训教程【M】陈宝玉. 王琼, 武汉: 华中科技大学出版社 2007

(4) 写好营销策划方案【M】范进. 刘军, 北京: 中国经济出版社 2006

2、其他资源建议

(1) 教师根据社会经济发展的实际变化情况及时向学生推荐扩充性学习材料, 并指导学生阅读学习, 从而拓宽学生的知识面, 为学生的自主学习创造良好条件。

(2) 在模拟实训中, 适当使用现代教育技术, 通过虚拟组织的建立及对虚拟组织的策划运营, 低成本高效率地培养了学生的策划能力。

(3) 校内外实验实训教学资源: 收集校外实习企业的相关营销策划的方案、资料信息, 构建案例分析库, 并编制成实训指导书。

七、编制依据

本标准依据《2019 国际贸易实务及市场营销专业人才培养方案》中对《营销策划》课程培养目标的要求制定。

汕头职业技术学院 课程标准

《国际贸易实务》

适用专业： 国际贸易实务

编制单位： 国贸营销教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0700670B	丁欣荣	2019.4				

《国际贸易实务》课程标准

课程名称：国际贸易实务

课程类型：专业必修课

学时学分：108 学时 (6 学分)

开设学期：三学期

一、课程基本描述

(一) 课程性质

本课程是经济管理系国际贸易实务专业的专业核心课程。

(二) 课程任务

本课程专门研究国际间商品交换的具体过程，以进出口业务流程为主线，以国际贸易合同的订立与履行为主要授课内容，阐明商品进出口业务的基本理论、基本知识和基本技能。它具有综合性、实践性、涉外性的特点。通过学习，使学生掌握进出口业务工作的基本环节及外贸合同的各项交易条件，掌握国际商务管理惯例和国际贸易惯例，具备对外贸易交易磋商、签订合同及履行合同的能力。该课程对学生从事外向型企业单证员、跟单员、外贸业务员等工作岗位以及相关专业工作准备必要的理论基础和技能基础，对国际贸易职业能力和职业素养的养成起着重要支撑作用。

(三) 课程衔接

在课程设置上，《国际贸易实务》在专业课程体系中起着承上启下的重要作用，将国际贸易理论与国际贸易实际操作紧密结合起来。它以《国际贸易概论》、《商务英语》、《经济学基础》等课程的学习为基础，为后续课程《外贸英语函电》、《外贸单证实务》、《外贸跟单实务》、《外贸综合业务实训》等学习奠定必要的理论基础和技能基础。

二、课程目标

本课程目标与专业培养目标紧密衔接。本课程的总体目标：培养学生熟悉国际贸易业务知识，掌握外贸业务操作技能，锻炼外贸营销能力和商务沟通技巧，养成创新创业精神，具备学习能力和实践能力。1、要求学生掌握扎实全面的国际贸易专业知识。以应用性知识为主，理论性知识为辅，在边做边学中进行渗透性学习。在业务知识方面，要求熟练掌握进出口各个业务环节的一般操作流程和操作方法。2、以实践为导向，对学生进行全方位职业能力培养是国际贸易实务教学的重点目标，重点培养学生的实践操作能力、学习能力和协作能力。3、以学生的可持续发展为根本，注重职业道德和职业素质养成。充分调动学生学习的自主性和积极性，培养学生树立独立思考、团结协作、勤奋工作的意识以及诚实、守信的优秀品质，全面提高学生自身素质，为今后从事外经贸一线工作奠定良好的基础，最终实现成为具有创新能力的国际贸易专业人才的目的是。

《国际贸易实务》教学目标

知识目标	能力目标	素质目标
1、掌握交易磋商及合同签订的有关知识。 2、掌握合同标的有关知识，包括商品的品名、品质、数量和包装。掌握进出口合同的品质、数量、包装条款，能够运用条款解决合同订立中的问题。 3、掌握商品的价格、贸易术语及成本核算的有关知识。 4、掌握进出口货物运输条款的基本内容，掌握运费的计算。 5、掌握进出口业务中的保险条款，熟悉保险的相关知识	1、能进行国际市场调研和市场开拓，具备面向国际市场交易磋商的能力。运用往来函电进行贸易谈判，签订合同条款。 2、能够准确地对交易的商品进行描述并选择合适的方法表示商品的品质、数量和包装；能够熟练准确地完成品质、数量、包装条款的制订。 3、能够选择合适的贸易术语、计量单位、计价货币进行价格表示；能准确地核算对外报价，具备对外报价、还价的基本能力。	1、培养学生诚实守信、吃苦耐劳、爱岗敬业的职业操守。 2、具备良好的职业道德修养及严谨的行为规范。 3、具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力。 4、善于自主学习、自我提高；善于自省和创新。 5、培养学生从事外贸行业的风险防范意识和良好的心理素质和协作精神。

及办理进出口货物运输保险 的程序。 6、掌握票据的主要内容及汇 付、托收、信用证的主要业 务程序，各种支付方式的优 缺点。 7、掌握争议预防和处理有关知识。 8、掌握进出口合同履行的有 关知识；掌握相应的国际贸 易惯例和法律，如《跟单信 用证统一惯例》、《国际贸易 术语解释通则》、《联合国国 际货物销售合同公约》等， 还要了解国内外经贸法律法 规、国际条约和协定、WTO 规则等。	4、根据给定的交易条件选择 合适的航线、运输方式并熟 悉租船订舱的流程。 5、能够对不同运输方式下可 能出现的风险进行界定并选 择合适的保险险别、准确计 算保险金额并办理投保手 续。 6、能利用汇款、托收、信用 证等方式完成结算。具备单 证的缮制和审核能力 7、具备处理进出口贸易争 议的能力 8、能够按照我国法律法规、 国际条约和国际贸易惯例开 展进出口业务，掌握各环节 的操作要点及步骤，正确完 成进出口合同的履行。	
--	---	--

三、课程设计

本课程建立了能力本位的课程质量观，以培养学生的职业能力为课程建设的终极目标。课程以外贸业务的工作过程为载体，以外贸合同为中心进行教学过程设计，创设了8个典型的外贸业务流程操作实践作为学习情境；根据外贸岗位群工作任务要求，进一步分析出典型工作任务对应的职业能力，确定学习任务、目标及内容。本课程采用任务驱动的教学做一体模式组织教学。通过情景模拟、案例分析、SPOC混合式教学、OTPAE五步训练法等载体来组织教学。以竞赛为契机，把POCIB引入国际贸易实务的教学中，以赛促学，培养学生实践能力。突出“以学生为中心”的教学模式，以就业为导向，对应外贸职业岗位要求，来

组织教学及考核，做到课程要求符合专业要求，训练要求与岗位要求一致，让学生在完成任务的过程中，强化实践操作能力的培养。

表 1 课程总体设计

课程名称	国际贸易实务		计划总学时 :108
模块名称	情境名称	情境描述	参考学时 :108
交易准备模块	贸易流程简介及交易准备	学习进出口贸易的基本业务流程；寻找贸易机会，寻找潜在客户	6
交易磋商模块	交易磋商	进行交易磋商的四个基本环节的操作	6
合同订立模块	合同标的物条款的拟定	拟定合同中的品质、数量和包装条款	6
	贸易术语与价格	选择恰当的贸易术语用于拟定的合同中；根据给定条件进行报价核算	18
	货物运输与保险	安排运输与投保；拟定合同中的运输与保险条款	18
	货款收付	为进出口货物选用支付方式；拟定合同中的支付条款	18
合同履行模块	进出口合同的履行	根据进出口合同进行贸易操作	24
合同善后模块	合同争议的处理	学习索赔、理赔	12

四、课程内容与教学建议

表 2 学习情境一设计

学习情境一：贸易流程简介及交易准备		学时:6
学习任务	1、阐述进出口贸易的基本业务流程； 2、寻找贸易机会，寻找潜在客户	
学习目标	1、能够熟悉进出口贸易的基本业务流程； 2、培养网络搜索能力，主动寻求贸易机会，随机应变，在平等互利的基础上同客户建立良好的贸易关系，能够撰写建交函	
学习内容	1、阐述进出口贸易的基本业务流程； 2、了解主要跨境电商平台的注册和信息发布工作，获取、分析国际买家有关信息，明确客户资信情况； 3、根据教师提供的情景案例，撰写建交函，寻找潜在客户	
教学模式	采取教学做一体化的教学形式。采用讲授法、讨论法、演示法、双语教学、案例分析、SPOC 混合式教学、OTPAE 五步训练法等教学方法，利用多媒体课件演示、情景模拟、操作技能训练等教学手段，进行理论知识的学习和职业技能的训练。	
学习过程	1、教师布置学习任务，提供相关资料与案例（结合 POCIB）。(1 学时)2、学生在教师的讲授辅导下，学习相关知识(2 学时)3、学生通过情景模拟进入角色扮演环节，撰写建交函。(2 学时)4、教师通过提问、案例分析等检验学生对知识和技能的运用。(1 学时)	
教学条件	1、提供网络教学条件，便于学生上网查询相关材料； 2、建立专业资料库，提供扩展资料	
学习评价	教师通过提问、案例分析、课后作业等评估学生理论知识的运用与技能掌握情况，了解学生是否掌握了寻找潜在客户的方法，是否会撰写建交函；通过出勤、完成作业的情况，同时评估学生的学习态度。	

表 3 学习情境二设计

学习情境二：交易磋商		学时:6
学习任务	1、来往磋商信函写作；2、缮制合同	
学习目标	培养商务谈判技巧、业务信函写作能力；利用各种方法宣传自己的商品，扩大影响：1、熟练掌握交易磋商的内容及程序，掌握四个程序的主要判定方法及注意事项；能够根据交易要求做好交易磋商的内容选择，确定谈判的重点内容；能熟练应用往来函电完成交易的磋商，尤其是正确发盘、还盘及接受，正确分析合同是否成立；2、理解合同的主要形式及结构，分清合同条款的要件条款及非要件条款，掌握我国合同的主要要求	

学习内容	1、交易磋商的基本概念；2 交易磋商的内容组成；3、交易磋商询盘、发盘的基本内容；4、交易磋商还盘、接受的基本内容；5、交易合同的签订及形式选择
教学模式	采取教学做一体化的教学形式。采用讲授法、讨论法、演示法、双语教学、案例分析、SPOC 混合式教学、OTPAE 五步训练法等教学方法，利用多媒体课件演示、情景模拟、操作技能训练等教学手段，进行理论知识的学习和职业技能的训练。
学习过程	1、教师布置学习任务，提供相关资料与案例（结合 POCIB）。(1 学时)2、学生在教师的多媒体讲授辅导下，学习相关知识(2 学时)3、学生通过情景模拟进入角色扮演环节，进行交易磋商，撰写函电；分组讨论合同拟定哪些地方容易出错。(2 学时)4、教师通过提问、案例分析、小组作业等检验学生对知识和技能的运用。(1 学时)
教学条件	1、提供网络教学条件，便于学生上网查询相关材料 2、建立专业资料库，提供扩展资料；
学习评价	教师通过提问、案例分析、课后作业等评估学生理论知识的运用与技能掌握情况，了解学生是否掌握了交易磋商的内容、程序及操作；通过出勤、完成作业的情况，同时评估学生的学习态度。

表 4 学习情境三设计

学习情境三：合同标的物条款的拟定		学时:6
学习任务	品质、数量与包装条款的拟定	
学习目标	1、掌握品质、数量、包装的基本知识，明确合同条款应包含的内容； 2、能够根据业务需要选择合理的品质表示方法、包装方式、设计制作运输标志； 3、拟定合同中的品质、数量与包装条款	
学习内容	1、订立商品的品名、质量、包装条款； 2、合同条款翻译； 3、情景模拟训练	
教学模式	采取教学做一体化的教学形式。采用讲授法、讨论法、演示法、双语教学、案例分析、SPOC 混合式教学、OTPAE 五步训练法等教学方法，利用多媒体课件演示、情景模拟、操作技能训练等教学手段，进行理论知识的学习和职业技能的训练。	
学习过程	1、通过课堂讲授等方式，进行基础理论知识的学习，实现专业知识目标要求。(3 学时) 2、通过案例分析、情景模拟、操作技能训练等方式，实现专业能力目标要求。(3 学时)	
教学条件	1、提供网络教学条件，便于学生上网查询相关材料； 2、建立专业资料库，提供扩展资料	
学习评价	教师通过课堂提问、案例分析及课后作业等评估学生理论知识的运用与技能掌握情况，了解学生是否会拟定合同中的品质、数量和包装条款；通过出勤、完成作业的情况，同时评估学生的学习态度。	

表 5 学习情境四设计

学习情境四：贸易术语与价格		学时:18
学习任务	1、贸易术语的选用 2、报价核算 3、订立价格条款	
学习目标	1、能够根据业务需要选用合理的贸易术语； 2、能进行进出口价格的核算； 3、能拟定合同中的价格条款。	
学习内容	1、2010 年通则； 2、掌握进出口价格核算的方法，根据客户的函电要求进行报价核算； 3、明确价格条款应包含的内容	
教学模式	采取教学做一体化的教学形式。采用讲授法、讨论法、演示法、双语教学、案例分析、SPOC 混合式教学、OTPAE 五步训练法等教学方法，利用多媒体课件演示、情景模拟、操作技能训练等教学手段，进行理论知识的学习和职业技能的训练。	
学习过程	1、教师通过多媒体演示，讲解有关贸易术语的国际贸易惯例、进出口报价核算知识（结合 POCIB）、价格条款的内容（6 学时）； 2、学生通过蓝墨云班课等平台，应用任务驱动法，小组讨论及案例分析的形式进行课前学习、课中演练、课后操练学习：（12 学时） （1）主要国际贸易术语的内容及选用 （2）进出口报价核算 （3）制定价格条款	
教学条件	1、提供网络教学条件，便于学生上网查询相关材料； 2、建立专业资料库，提供扩展资料	
学习评价	教师通过课堂提问、案例分析及课后作业等评估学生理论知识的运用与技能掌握情况，了解学生是否掌握了贸易术语的内容、是否会制定价格条款及是否能进行进出口报价核算；通过出勤、完成作业的情况，同时评估学生的学习态度。	

表 6 学习情境五设计

学习情境五：货物运输与保险		学时:18
学习任务	1、安排运输，提单填制 2、货物投保，保单填制	
学习目标	1、掌握运输的形式、运费的计算，提单的内容，装运条款的组成； 2、能够在交易磋商中正确选用货物运输方式； 3、掌握进出口货物的投保流程及保险条款的制定	
学习内容	1、海运特点、当事人、种类、海运单据、运费计算和海运出口货物的流程；2、集装箱运输、国际多式联运特点；3、装运条款的内容和实例；4、运输方式的选择；5、租船订舱、海运提单的填制；6、海上风险与损失的种类 7、中国及伦敦保险协会的海洋运输保险条	

	款 8、计算保险费 9、保险条款的内容和实例 10、填制保险单
教学模式	采取教学做一体化的教学形式。采用讲授法、讨论法、演示法、双语教学、案例分析、SPOC 混合式教学、OTPAE 五步训练法等教学方法，利用多媒体课件演示、情景模拟、操作技能训练等教学手段，进行理论知识的学习和职业技能的训练。
学习过程	1、通过课堂讲授等方式，进行基础理论知识的学习，实现专业知识目标要求。（6 学时） 2、通过案例分析、情景模拟、操作技能训练等方式，实现专业能力目标要求。（12 学时）
教学条件	1、提供网络教学条件，便于学生上网查询相关材料； 2、建立专业资料库，提供扩展资料
学习评价	教师通过课堂提问、案例分析及课后作业等评估学生理论知识的运用与技能掌握情况，了解学生是否掌握了运输与保险的知识，是否能安排运输与投保、拟定合同中的运输与保险条款；通过出勤、完成作业的情况，同时评估学生的学习态度。

表 7 学习情境六设计

学习情境六：货款收付		学时:18
学习任务	为进出口货物选用支付方式	
学习目标	1、能够掌握各种票据的特点； 2、能够正确采用各种支付方式 3、能够正确订立买卖合同中的支付条款	
学习内容	1、汇票、本票、支票的含义特点； 2、汇票的制作； 3、汇款、托收和信用证的支付方式； 4、买卖合同中的支付条款	
教学模式	采取教学做一体化的教学形式。采用讲授法、讨论法、演示法、双语教学、案例分析、SPOC 混合式教学、OTPAE 五步训练法等教学方法，利用多媒体课件演示、情景模拟、操作技能训练等教学手段，进行理论知识的学习和职业技能的训练。	
学习过程	1、教师将支付工具、支付方式，支付流程等内容制成多媒体课件进行演示和讲解（6 学时） 2、教师提供贸易背景资料及案例，要求学生进行案例分析及小组讨论，明确国际货款收付流程，引导学生熟悉各种支付工具的使用（12 学时）	
教学条件	1、提供网络教学条件，便于学生上网查询相关材料； 2、建立专业资料库，提供扩展资料	
学习评价	教师通过课堂提问、案例分析及课后作业等展示等评估学生理论知识的运用与技能掌握情况，了解学生是否掌握了各种支付方式的流程，重点检查信用证的支付流程；通过出勤、完成作业的情况，同时评估学生的学习态度。	

表8 学习情境七设计

学习情境七：进出口合同的履行		学时:24
学习任务	1、出口合同的履行； 2、进口合同的履行	
学习目标	1、掌握进出口合同履行的基本程序，熟悉“证、货、船、款”各环节的相关要求，了解各种相关单证。 2、初步掌握落实信用证，备货报检，订舱、报关与保险，制单结汇各个环节的基本操作要求。	
学习内容	(一) 出口合同的履行 1、落实信用证(证) 2、备货报检(货) 3、订舱、报关与保险(船) 4、制单结汇(款) (二) 进口合同的履行 1、开立信用证(证) 2、订舱与保险(船) 3、审单付款(款) 4、报关提货(货)	
教学模式	采取教学做一体化的教学形式。采用讲授法、讨论法、演示法、双语教学、案例分析、SPOC 混合式教学、OTPAE 五步训练法等教学方法，利用多媒体课件演示、情景模拟、操作技能训练等教学手段，进行理论知识的学习和职业技能的训练。	
学习过程	1、教师将进口合同的履行、出口合同的履行等内容制成多媒体课件进行演示和讲解(6学时)； 2、教师提供贸易背景资料(尽力选用汕头市外贸企业的业务资料)，对学生进行人员分配，进行情景模拟，履行合同(15学时)； 3、小组讨论进出口合同履行的基本流程及注意事项(3学时)	
教学条件	1、提供网络教学条件，便于学生上网查询相关材料；2、建立专业资料库，提供扩展资料	
学习评价	教师通过提问、案例分析、课后作业等评估学生理论知识的运用与技能掌握情况，重点检查各项单据的齐备完整性；通过出勤、完成作业的情况，同时评估学生的学习态度。	

表9 学习情境八设计

学习情境八：合同争议的处理		学时:12
学习任务	1、不可抗力 2、索赔、理赔 3、仲裁	
学习目标	培养业务纠纷的处理能力：1、掌握不可抗力的含义、范围及处理； 2、掌握索赔与理赔的处理；3、掌握仲裁的特点及条款	
学习内容	1、不可抗力含义、范围；2、不可抗力的条款；3、索赔与理赔的含义及特点；4、索赔与理赔的案例分析；5、仲裁的特点6、仲裁条款的实例	
教学模式	采取教学做一体化的教学形式。采用讲授法、讨论法、演示法、双语教学、案例分析、SPOC 混合式教学、OTPAE 五步训练法等教学方法，利用多媒体课件演示、情景模拟、操作技能训练等教学手段，	

	进行理论知识的学习和职业技能的训练。
学习过程	1、通过课堂讲授等方式，进行基础理论知识的学习，实现专业知识目标要求。（6 学时） 2、通过案例分析、情景模拟、操作技能训练等方式，实现专业能力目标要求。（6 学时）
教学条件	1、提供网络教学条件，便于学生上网查询相关材料 2、建立专业资料库，提供扩展资料；
学习评价	教师通过提问、案例分析、课后作业等展示等评估学生理论知识的运用与技能掌握情况，了解学生是否掌握了合同的善后；通过出勤、完成作业的情况，同时评估学生的学习态度。

教学组织建议：

- 1、教学中，教师应做好学情分析，注意与学生沟通，积极引导学生提升职业素养，培养学生诚实守信、严谨治学、善于沟通与合作的品质。
- 2、教学中重视现代信息技术的应用，尽可能运用多媒体、网络资源及信息化教学平台，进行讲授、演示，并按照设计活动的内容展开教学。
- 3、教学方法应采用启发式教学，突出专业技能培养目标。让学生边学边练，通过小组讨论、案例分析、任务驱动等方式激发学生兴趣，增强教学效果；引导和鼓励通过实践获取知识；培养学生思考问题、分析问题和解决问题的能力。
- 4、教学中，应注意充分调动学生学习的主动性和积极性，注重教与学的互动，教师与学生的角色转换。实施“翻转课堂式”教学模式，要求学生在课后通过网络和图书馆查阅资料，搜集信息完成自主学习，采用讨论课及答疑质疑等教学环节，实现师生互动协作。
- 5、精心设计实践活动和实训活动。加强与校友、企业、行业、协会的互动联系，请进来走出去，体现教学过程的开放性。在课堂教学中，各项技能训练活动的设计应具有实际性、可操作性，体现实际工作流程和工作任务。在课外实训中，主动创建校企合作平台，积极探索校企合作的互惠模式。学生可以充分利用假期时间进入公司实习。顶岗实习的过程中学生在师傅指导下，参与企业外贸业务操作。

五、课程考核建议

1、考核方式

本课程为考试课程。考核评价全程化，采取期末综合测试与平时表现的过

程性评价相结合，综合评价学生成绩；从理论到实践两种形式，考核方向应突出能力目标、突出任务训练，注重考核学生分析问题、解决问题的能力。

理论考核：理论考试重点考核学生分析并处理问题的能力。试卷覆盖面要广，涉及到课程的各个情境。试卷的能力层次包括识记、领会、简单应用、综合应用。各层次应有合理的比例。从考试题型来看，可选择名词解释、选择题、简答题、情景题、技能题、论述题和案例分析题等形式。

实践考核：通过情景模拟、操作技能训练等形式综合考量整个业务操作过程中学生的具体表现和业务水平。

2、考核标准

考核评价表

成绩构成	考核方式	考核标准	占 总 成 绩 的 比 例
平时考核	出勤	是否准时上课及参加课程活动	5%
	课堂表现	是否积极参与课堂讨论，是否能主动回答问题以及回答问题的结果	5%
	课堂作业	侧重于实训考核。考核学生是否及时完成任务，完成质量及有无抄袭等；考核学生能否完成进出口外贸业务操作流程的各环节工作，注重考核学生动手能力及在实践中分析问题、解决问题的能力及团队合作能力等	10%
	课后作业	侧重于实训考核。考核学生是否及时完成任务，完成质量及有无抄袭等；考核学生能否完成进出口外贸业务操作流程的各环节工作，注重考核学生动手能力及在实践中分析问题、解决问题的能力及团队合作能力等	20%
期末考核	理论闭卷	侧重于考核学生对知识的运用能力；是否能分析问题、解决问题	60%

各学习情境所占考核比重表

序号	学习情境	权重分配 (%)
1	贸易流程简介及交易准备	5
2	交易磋商	10
3	合同标的物条款的拟定	10
4	贸易术语与价格	20
5	货物运输与保险	15
6	货款收付	20
7	进出口合同的履行	10
8	合同争议的处理	10
	合计	100

六、学习资源建议

(一) 教材使用

一般要求教育部高职高专三年内规划教材或适合本校实际的高职高专自编教材。

推荐教材：

《国际贸易实务》：戴海珊主编，大连理工大学出版社，2014 年第四版

参考教材：

《国际贸易实务》：黎孝先、王健主编，对外经济贸易大学出版社，2016 年第六版

(二) 校内教学资源

1、建立《国际贸易实务》课程网站

2、建设《国际贸易实务》共享型资源库。由课程主讲教师负责，规划课程建设方案，整合所有专业教师教学资料，进一步丰富课程资源，提高课程建设质量和标准。

3、建立仿真实训室与校外实习基地相结合的实践教学平台，体现实践教学的综合性和实践性。

(1) 利用外贸软件，使学生置身于虚拟学习环境中，实施教学做一体化的教学。

(2) 开拓校外实训基地，为学生参观、实习提供平台。

(三) 校外网络资源：

- 1、阿里巴巴国际：<https://www.alibaba.com/>
- 2、中国制造 <http://www.made-in-china.com>
- 3、中国出口贸易网：<http://www.cnexpnet.com/>
- 4、福步外贸论坛：<http://bbs.fobshanghai.com/>
- 5、全国外经贸从业人员考试中心 <http://www.chinaftat.org/>
- 6、全国外贸单证员岗位专业考试中心：<http://www.nftdc.com.cn/>
- 7、智慧职教：国际贸易专业教学资源库
- 8、POCIB 国际贸易从业技能综合实训 <http://www.pocib.com/>

七、编制依据

该课程标准是依据《高等职业学校专业教学标准（2018 年）》标准以及《汕头职业技术学院 2019 年国际贸易实务专业人才培养方案》编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《市场营销学》

适用专业： 市场营销专业

编制单位： 经管系国贸营销教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0701720B	邱秀芬	2019 年 4 月				

《市场营销学》课程标准

课程名称：市场营销学

课程类型：专业基础课（专业核心课）

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：1 学年第二学期

一、课程基本描述

1. 课程性质

《市场营销学》课程是市场营销专业的一门专业基础课程，它主要研究市场营销活动及其规律性，是一门建立在经济学、管理学，行为科学和现代科学技术基础上的应用学科，为培养学生将来从事市场营销活动所需要的基本理论知识与应用能力而设置的一门专业必修课程。

2. 课程任务

市场营销专业旨在培养思想政治坚定、德技并修、全面发展、适应商贸企业需要、具有良好的综合素质与专业素质、掌握市场营销知识和技术/技能、在工商企业或相关行业从事销售、市场调研分析、营销策划、渠道拓展、客户服务、文员等业务及管理岗位的高素质、高技术、高技能的应用型人才。

根据本专业培养目标，《市场营销学》课程主要瞄准营销员、市场调研员，营销策划，客户服务等营销岗位开设。主要任务是：学生通过市场营销战略、市场营销组合策略和市场营销管理等内容的学习，初步掌握现代市场营销基础知识和基本技能，为今后从事营销管理工作提供营销思维方法和解决问题能力。为后续专业课程的学习打下基础。

3. 课程衔接

本课程是在学习《经济学基础》、《管理学》等课程的基础上，通过对市场营销基础理论（营销核心概念与营销观念），战略理论（需求分析、目标市场选择、

竞争战略、整合营销），策略理论（产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略），技能实训（市场环境分析、营销策略制订）的学习，为后续应用性课程《市场调查与分析》、《市场营销策划》、《现代推销技术》、《品牌管理》《分销渠道管理》《广告学》《消费心理学》《客户关系管理》等的学习打好理论与业务知识基础。

二、课程目标

总体目标：通过本课程学习，专业能力上，要求学生掌握现代市场营销的基本理论、基本原理和基础知识，更重要的是要具备市场调研、市场分析、市场开拓的能力，能胜任企业市场调查、营销策划与实施以及营销管理等工作；社会能力上，使学生具备较强的实践能力，突显高职人才培养的特色，把学生培养成为目前社会迫切需要的又懂理论又有实践能力的营销方面高职应用性职业人才，更好地服务于地方经济建设；方法能力上，培养学生发现问题，分析问题和解决问题的能力。

具体目标分解：

（一）. 知识目标

1. 掌握市场营销基本概念，了解市场营销观念的演变过程
2. 了解营销信息系统组成和营销环境分析的内容与方法；
3. 了解顾客需求理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法；
4. 掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略；
5. 掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容；
6. 了解市场营销新特点和营销控制的相关内容。

（二）能力目标

1. 树立正确的市场营销观念，具备观念创新意识；
2. 初步掌握市场营销环境的分析方法，能运用所学方法，结合自己比较熟悉或了解的某个特定企业进行市场营销环境的分析；
3. 能够运用市场细分的若干种方法，选择相关企业所面对的市场进行市场细分，进而选择目标市场，推出相应的目标市场策略和市场定位策略；
4. 能够比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程，并能

采取相应的营销策略；

5. 能够针对具体的企业选择与设计产品策略与价格策略；

6. 能够结合相关案例对某企业实施的分销策略进行利弊分析，基本上能够设计和实践相关的营销活动；

7. 可以根据市场条件选择与设计促销策略，组织参与促销活动。

（三）职业素养目标

1. 具有很好的市场营销职业道德素质和身心素质；

2. 培养学生学习市场营销的兴趣，具有热爱市场营销专业，爱岗敬业的精神和强烈的法律意识；

3. 促进学生融入集体活动，具有与人合作共事的团队精神；

4. 具有市场营销方面的竞争意识，分析判断能力，开拓创新能力和科学决策能力。

三、课程设计

（一）课程设计理念：

本课程设计以构建主义为理论指导，遵循高等职业教育教学规律，本着“以学生为中心”的教育思想，以提高学生综合职业素养为目标，以营销活动与案例项目为载体，以工作任务与职业能力分析为依据，以行动导向（项目教学、案例教学）为教学模式，根据营销岗位（群）工作任务要求，设计教学方案，实现课程培养目标。

（二）课程内容设计：

本课程教学内容设计以理论认知环节，案例分析环节，情境模拟环节，实践实训环节等为实施方法，通过十个学习情境与九个专项的实训项目，主要围绕营销活动的市场环境分析，企业市场营销战略，目标市场选择，产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等展开教学，将理论与企业工作任务结合，使学生掌握市场营销的基本理论的同时获得一定的市场调研、市场营销策划技能、产品推销技巧、公关及商务谈判技能，以适应不同营销岗位的要求。

本课程理论框架与教学任务，教学安排请参考以下图表：

《市场营销学》理论框架图

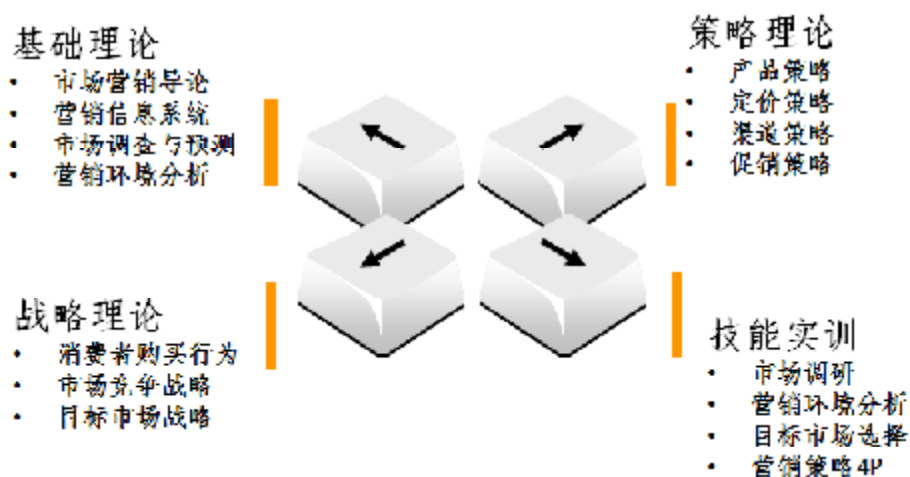


表 1 《市场营销学》教学任务一览表

课程名称	市场营销学	计划总学时：72
情境名称	情境描述	参考学时：
情境一、市场营销导论	1. 市场与市场营销相关概念； 2. 市场营销管理的实质和任务 3. 市场营销观念演变；4. 营销组合概念	4
情境二、营销信息与市场调研	1. 营销信息的构成 2. 市场调研概念、内容、步骤与方法 3. 市场预测概念、内容与方法	8
情境三、营销环境分析	1. 营销环境的内涵与特点； 2. 营销环境微因素 3. 营销环境宏观因素 4. 营销环境分析的方法 SWOT 法；	8
情境四、消费者购买行为分析	1. 消费者需求的特征； 2. 影响消费者购买行为的主要因素 3. 消费者购买行为类型与模式 4. 消费者购买决策过程 5. 网络时代消费者购买行为的趋势	8
情境五、市场竞争战略	1. 竞争的基本战略 2. 市场地位的竞争战略 3. 了解竞争的总成本领先、产品差异化、重点集中化战略了解基于市场定位的竞争战略并制订相关的营销策略	4
情境六、市场细分与目标市场的选择	1. 细分的含义及作用 2. 市场细分的原则和标准 3. 市场细分的步骤和方法	8

	4. 目标市场营销策略 5. 选择目标市场和目标市场定位的方法技巧；	
情境七、产品策略	1. 整体产品、产品组合的概念和产品组合策略； 2. 产品市场生命周期各个阶段的特点与营销策略； 3. 新产品的内涵，掌握新产品开发策略； 4. 产品品牌、包装的内涵；初步掌握产品品牌策略、商标策略和包装策略；	8
情境八、定价策略	1、定价目标 2、定价方法 3、定价策略 4、价格变动策略 5、各种营销定价的程序、方法和技巧；	8
情境九、分销渠道策略	1. 分销渠道的特点与功能； 2. 分销渠道设计的影响因素及流程 3. 中间商的概念、作用与类型； 4. 分销渠道的管理	8
情境十、促销决策	1. 促销策略组合的内容； 2. 人员推销的基本特点和策略； 3. 广告决策的特点和广告宣传的内容及策略；公共关系的基本内容；公共关系活动的方式和促销途径； 4. 营业推广的形式； 5. 促销方式及组合策略的方法和技巧；	8

表2 课程教学进度表（2学时为一单元，共72学时）

周次	学习任务	学 时	备注
1	市场营销导论	4	
2	市场营销信息与调查	4	
3	市场营销信息与调查	4	
4	市场营销环境分析	4	
5	市场营销环境分析	4	
6	消费者购买行为分析	4	
7	消费者购买行为分析	4	
8	市场竞争战略	4	
9	目标市场营销战略	4	
10	目标市场营销战略	4	
11	产品策略	4	
12	产品策略	4	
13	定价策略	4	
14	定价策略	4	
15	渠道策略	4	
16	渠道策略	4	
17	促销策略	4	
18	促销策略	4	
合 计		72	

表 3 实训进度安排表（共 36 学时）

项目	实训内容	实训要求	实训学时
一	市场调研与预测	1、确定调研内容与方法 2、设计调研问卷 3、撰写调研报告	4
二	分析企业营销环境	1、分析经济环境 2、分析竞争对手 3、分析企业经营条件 4、运用 SWOT 法撰写分析报告	4
三	消费者购买行为分析	1、消费者购买行为影响因素 2、消费者购买角色分析	4
四	发现和满足目标顾客需求	1、确定企业的目标市场 2、选择企业的目标市场 3、设计企业的市场定位	4
五	制定产品方案	1、设计企业产品组合 2、创意产品品牌和包装 3、构思企业新产品	4
六	制定价格方案	1、练习产品促销定价技巧 2、练习价格调整策略	4
七	制定渠道方案	1、设计企业分销渠道结构模式 2、如何在陌生城市选择中间商 3、如何化解渠道冲突	4
八	制定促销方案	1、寻找适合企业产品的促销方式 2、策划促销活动方案 3、人员销售技巧	4
九	市场营销活动过程实训	以前面学习基础上开展市场营销活动过程模拟实操，撰写活动过程分析报告	4

四、课程内容与教学建议

（一）**课程内容描述：**《市场营销学》课程是实践性很强的一门课程，不但要求学生要深刻领会相应的基本理论、基本原理和相关知识，还要求学生能亲自动手，进行市场调查、制定市场营销计划与策略、参与产品的市场销售活动等。在教学实践中，通过课堂讲授与案例分析相结合，并借助课堂讨论、视频、课件 PPT，社会实践、专题项目实训、营销角色扮演等多种形式，激发学生们的学习

兴趣，提高专业技能，培养职业道德，增进团体合作精神，巩固和加深他们对书本知识的理解和把握，为后继课程的学习奠定基础。

本课程的学习重点：市场营销基本原理、市场营销环境分析、消费者购买行为分析、市场营销战略理论、市场营销策略理论、开展市场营销活动的策略与技巧。

学习难点：市场营销环境优劣势分析、消费者购买行为分析、企业营销战略选择与实施、企业营销策略的制订等。

（二） 教学实施建议：

1. 坚持以能力为本位的教学思想，在重点、扼要、基本完整讲授理论知识的基础上，强化实践性教学环节，突出学生营销综合素质和职业能力培养，以营销工作岗位任务设计案例或项目激发学生学习知识和学习技能的兴趣，以提高学生营销实践能力和创新能力，为学习营销的其他专项技能打好基础。

2. 坚持“德艺双馨”的人才培养原则，结合课程教学内容，对学生进行营销职业道德与社会主义核心价值观的教育，着力培养学生诚实、守信、爱岗敬业、善于沟通和团队合作等良好的思想道德素质。

3. 教学中应充分发挥教师的引导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。

4. 教学中应注重职业情景的创设，以多媒体课件、案例分析、小组活动、第二课堂等丰富多彩的形式，培养和提高学生的整体素质和营销综合职业能力。

5. 部分教学内容可结合阶段或综合实训，安排学生进行市场调研、产品推销、广告宣传等营销实践和社会实践活动，实现学校教育与社会教育的交互结合，把“工学结合”落到实处。

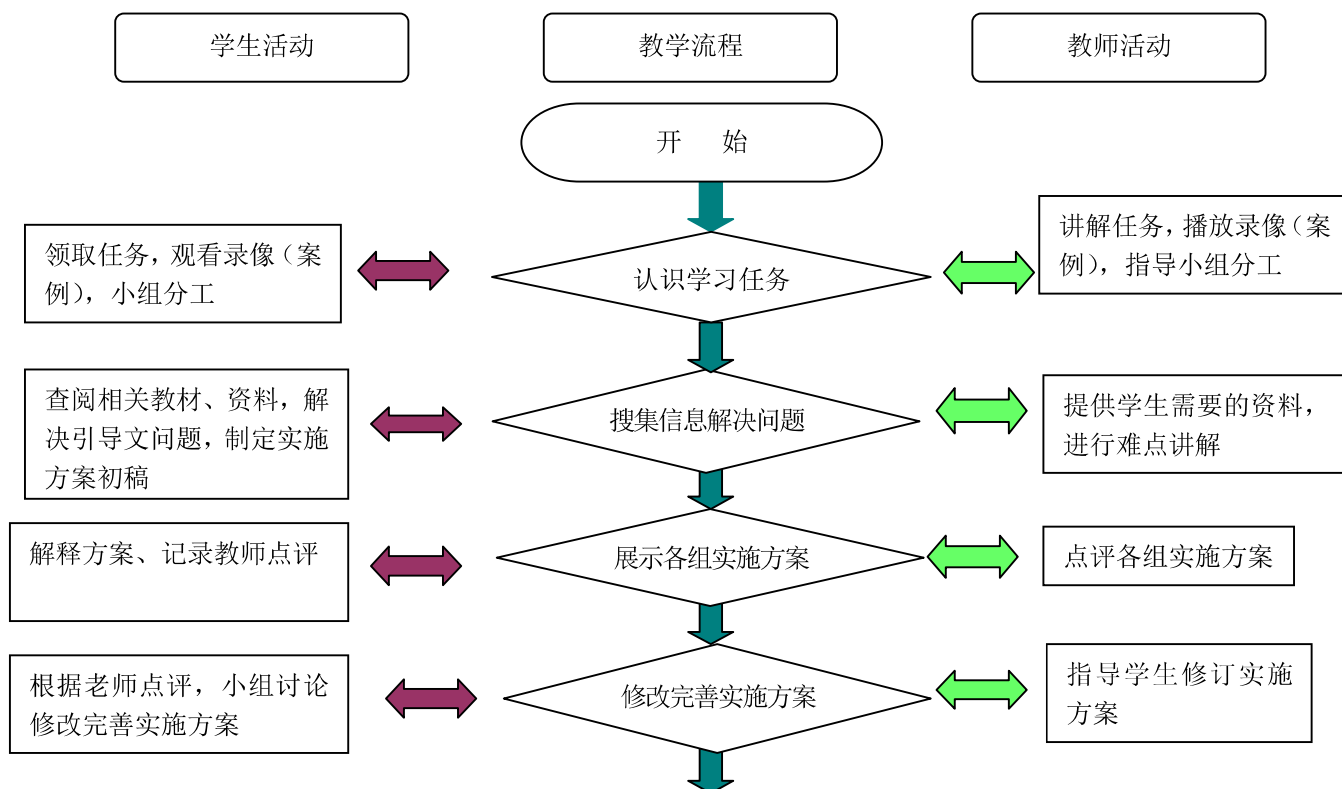
6. 教学中教师要不断更新教学观念，注意研究高技能市场营销人才特点，积极探索高技能市场营销人才培养路径和新型教学模式，重视实践经验的积累与升华，努力提高教学效果，同时注重运用现代信息技术手段和图书资料，不断增大教学的信息量，以拓宽学生的知识视野和能力范围。

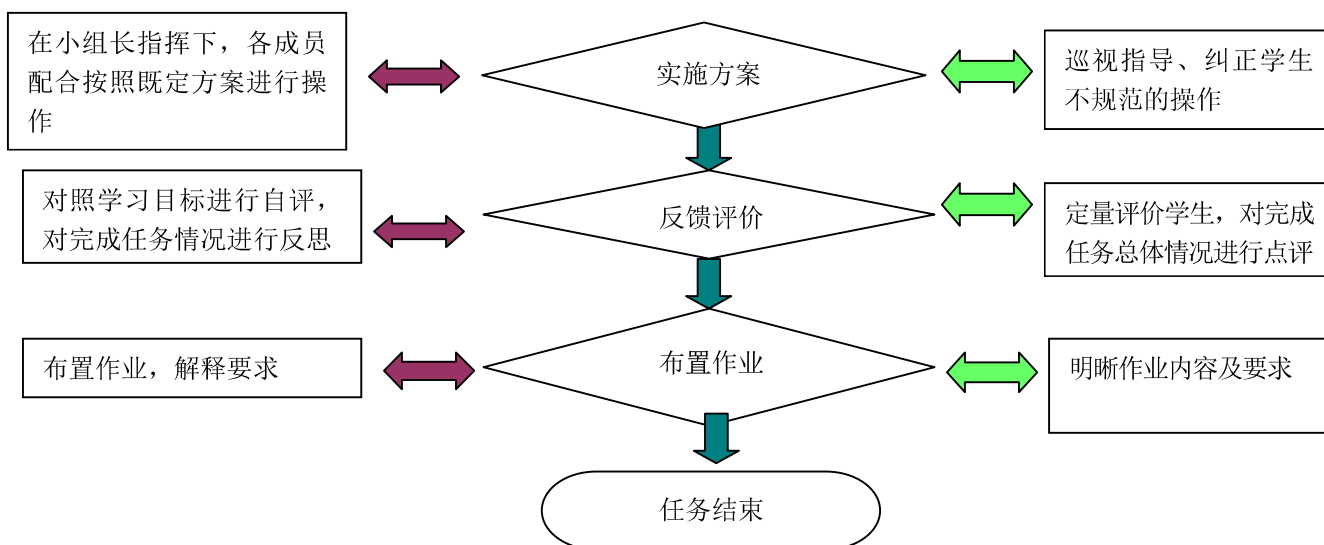
（三）教学方法建议：

1. 通过案例分析、资料查询及分析、市场调查等多种教学形式，了解和判定市场营销环境影响因素，分析市场环境状况，确定企业经营条件的优劣势；
2. 通过角色扮演法、企业实地考察法、顾客调查法了解和分析消费者行为习惯；
3. 通过任务驱动教学法，将以往以传授知识为主的传统教学理念，转变为以解决问题、完成任务为主的多维互动式的教学理念；将再现式教学转变为探究式学习，使学生处于积极的学习状态，每一位学生都能根据自己对当前问题的理解，运用已掌握的知识和自己特有的经验提出方案、解决问题。
4. 通过企业营销案例分析及模拟项目训练，学习市场营销策略制订、产品营销方案设计及实务操作；
5. 采用多媒体课件，增加案例教学，视频播放提高感性认识，帮助学生理解抽象的营销原理；
6. 在教师指导下，组织学生开展讨论，激发学生的主观能动性，提高营销理论的实际应用能力与学生的沟通协作能力，达到培养情感目标。

（四）教学流程设计参考下页图表：

教学流程设计图





(五) 学习情境设计：

表 4 学习情境设计

学习情境一：市场营销导论		学时:4
学习任务	1-1 认识市场与市场营销 1-2 市场营销观念的演变 1-3 营销组合概念的发展	
学习目标	1、 准确理解市场、市场营销及其相关概念； 2、 理解掌握市场营销管理的实质和任务 3、 理解市场营销观念的演变 4、 理解市场营销组合概念的发展	
学习内容	3. 市场与市场营销相关概念； 4. 市场营销管理的实质和任务 3. 市场营销观念演变； 4. 营销组合概念	
教学模式	教学重点：市场与市场营销概念，营销组合概念，市场营销观念演变 教学难点：市场营销观念的深入理解 教学方法：问题探索法 、情景教学法，案例教学法，讲授法，	
学习过程	1. 案例导入，提出学习任务：市场与市场营销相关概念（1 学时） 2、市场营销观念的演变与不同观念的区别（1 学时） 3. 共同学习营销组合概念发展（1 学时） 4. 小结与布置作业，学习效果评价 5、实训项目：学生调查学校商店顾客流量及购物情况。（课后） 6、实训成果展示（1 学时）	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体教学	

	设备
学习评价	<p>评价内容：</p> <p>1、市场营销相关概念</p> <p>2、市场营销观念的发展</p> <p>3、市场营销组合概念</p> <p>评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，实训成果展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题等</p>

学习情境二：营销信息与市场调研		学时:8
学习任务	2-1 市场营销信息系统组成 2-2 市场调查内容与方法 2-3 市场预测内容与方法	
学习目标	1. 了解营销信息系统的构成 2. 掌握市场调研的内容、步骤与方法 3. 掌握市场预测内容与方法	
学习内容	1. 市场营销信息的构成 2. 市场调研概念、内容、步骤与方法 3. 市场预测概念、内容与方法	
教学模式	<p>教学重点：市场调查与预测的内容与方法</p> <p>教学难点：市场调查与预测方法的运用，解决实践问题</p> <p>教学方法：讲授法，案例法，问题导入法，任务驱动法，小组合作法，企业实地调研法</p>	
学习过程	1、旧课复习，导入新课 2、共同学习营销信息系统（1 学时） 3、导入市场调研案例，提出问题与学习任务，组织学生讨论与学习市场调查内容、步骤与方法（2 学时） 4、讲授市场预测概念、内容与方法（2 学时） 5、小结与作业布置，学习效果评价 6、实训项目：对某班级同学消费水平和消费结构进行调研，编写调研报告并展示（3 学时）	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体教学设备	
学习评价	<p>评价内容：市场营销信息系统组成，市场调查内容与方法，市场预测内容与方法</p> <p>评价方式：包括自评、他评、师评</p> <p>1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，实训成果展示</p> <p>2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题等</p>	

学习情境三：营销环境分析		学时:8
学习任务	3-1 市场营销环境概述 3-2 市场营销环境微观因素 3-3 市场营销环境宏观因素 3-4 市场营销环境分析方法（SWOT 法）	
学习目标	1、了解市场营销环境的内涵及特点 2、掌握并运用营销环境的分析工具（SWOT 分析法） 3、熟悉影响营销活动的宏观环境因素 4、熟悉影响营销活动的微观环境因素 5、认识营销环境对营销活动的影响，明确企业应如何应对影响	
学习内容	4. 市场营销环境的内涵与特点； 5. 市场营销环境微因素 6. 市场营销环境宏观因素 4. 市场营销环境分析的方法 SWOT 法；	
教学模式	教学重点：企业营销活动的微观环境因素 教学难点：市场营销环境的复杂性与动态性，企业如何适应营销环境的变化 教学方法：讲授法、问题探索法、小组合作法，调研性案例教学法	
学习过程	1、旧课复习，案例导入新课，市场营销环境，学习市场营销环境内涵、特点、意义（1 学时） 2、学生自我学习营销宏观环境因素，教师重难点讲解（1 学时） 3、学生自我学习营销微观环境因素，教师重难点讲解（1 学时） 4、讲授市场营销环境的分析工具（1 学时） 5、小结，答疑与作业布置，学习效果评价 6. 实训项目：选择成企业案例组织讨论，分析企业的经济环境，分析竞争对手，分析企业经营条件并运用 SWOT 法撰写分析报告（4 学时）	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体设备	
学习评价	评价内容：市场营销环境的内涵与特点，市场营销环境影响因素，市场营销环境分析的方法 SWOT 法 评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，实训成果展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题等	

学习情境四：消费者购买行为分析		学时:8
学习任务	4-1 消费者市场的需求特点 4-2 消费者购买行为类型与模式 4-3 影响消费者购买行为因素 4-4 消费者购买决策过程 4-5 网络时代消费者购买行为的趋势	
学习目标	1、了解消费者市场需求的特征 2、熟悉影响消费者购买行为的主要因素 3、理解消费者购买行为类型与模式 4、了解消费者购买决策过程 5、了解网络时代消费者购买行为的特点 6、基本能够运用上述所学的知识和技能进行营销决策，制定相关的营销策略。	
学习内容	5. 消费者需求的特征； 6. 影响消费者购买行为的主要因素 7. 消费者购买行为类型与模式 8. 消费者购买决策过程 9. 网络时代消费者购买行为的趋势	
教学模式	教学重点：掌握消费者购买行为特征要素如何影响营销活动 教学难点：运用学习者购买决策过程知识指导营销活动 教学方法：讲授法，案例法，任务驱动法，问题探索法	
学习过程	1、旧课复习，***消费产品广告播放，提出学习任务导入新课 2、共同学习消费者市场需求特点（20 分钟） 3、消费者购买行为模式与类型（1 学时） 4、提出问题，学习影响消费者购买行为的主要因素（1 学时） 5、学生回忆家庭一次较重大的购买活动的决策过程，讨论学习消费者购买决策过程（1 学时） 6、网络时代消费者购买行为的趋势（25 分钟） 7、小结与作业布置，学习效果评价 8、实训项目：实地调查（某商店）消费购买行为特点。通过实际的观察和讨论，让同学们能够更好的了解消费者市场，了解消费者购买中受到哪些因素影响，消费者购买过程通常是怎样的，也为我们进一步对企业细分市场，制定营销方案等的学习做好准备和铺垫。（4 学时）	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体设备	
学习评价	评价内容：消费者购买行为分析 评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，分析报告成果展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题、案例分析等	

学习情境五：市场竞争战略		学时:4
学习任务	5-1 市场竞争的基本战略 5-2 市场地位的竞争战略	
学习目标	1、熟悉市场竞争的三种基本战略 2、熟悉并运用不同市场地位的竞争战略 3、在熟悉识别、分析竞争对手，在了解竞争者的目标战略基础上，选择企业的具体应对策略。	
学习内容	4、市场竞争的基本战略 5、市场地位的竞争战略 6、了解市场竞争的总成本领先、产品差异化、重点集中化战略 了解基于市场定位的竞争战略并制订相关的营销策略	
教学模式	教学重点：企业市场竞争地位分析及其市场竞争战略的运用 教学难点：企业市场竞争地位的确定 教学方法：课堂讲授法，问题导入法，案例教学法，角色扮演法，分组讨论法	
学习过程	1、旧课复习，营销情景导入新的学习任务 2、通过案例中工作任务分析为引子，进入基本竞争战略学习 3、共同学习基本竞争战略（1学时） 4、导入案例，提出问题转入企业竞争地位战略的学习（2学时） 5、任务实施营销技能训练，总结与练习，学习效果检查（1学时） 6、小结与作业布置 7、学习效果评价 8、任务结束	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体教学设备	
学习评价	评价内容：市场竞争的三种基本战略，不同市场地位的竞争战略 评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、课后作业，任务实施成果展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题、案例分析等	

学习情境六：市场细分与目标市场的选择		学时:8
学习任务	6-1 市场细分 6-2 选择目标市场 6-3 目标市场定位	
学习目标	1、理解市场细分的含义及作用 2、掌握市场细分的原则和标准 3、熟悉市场细分的步骤和方法 4、掌握目标市场营销策略 5、理解市场定位的概念并运用市场定位战略 6、运用市场细分与目标市场定位的知识与技能，分析和解决目标市场定位与目标市场选择中的实际问题。	
学习内容	1. 细分的含义及作用 2. 市场细分的原则和标准 3. 市场细分的步骤和方法 4. 目标市场营销策略 5. 选择目标市场和目标市场定位的方法技巧；	
教学模式	教学重点：市场细分概念；市场细分的作用和标准；目标市场战略 教学难点：市场细分的原则；目标市场战略；市场定位的步骤； 教学方法：启发式教学法、案例教学法、归纳法、直观法，讲授法	
学习过程	1、旧课复习，案例导入学习任务：STP 战略 2、学习市场细分的含义、作用、原则、标准、步骤（1 学时） 3、学习目标市场选择（评估细分市场、选择目标市场、目标市场营销策略）（1 学时） 4、学习选择目标市场营销战略应考虑的因素，展示应考虑因素一览表，运用直观教学法加深学生的理解。（1 学时） 5、市场定位的教学过程：旧课复习，导入新课，提出定位问题，学生针对问题进行思考、讨论和分析，加深对学习内容的理解，提高分析问题、解决问题的能力 and 语言表达能力。老师展示定位策略案例，讲授定位策略，归纳总结。（1 时） 6、实训项目：模拟实操。以模拟公司为单位，各公司课后将组织本公司“职员”完成相应任务，课堂展示。通过模拟训练，让学生充分发挥想象力、创造力，锻炼学生分析问题、解决问题的能力。（4 学时） 7、小结与作业布置，学习效果评价	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，多媒体教学设备、粉笔	
学习评价	评价内容：STP 战略的应用 评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，模拟实操展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题、案例分析等	

学习情境七：产品策略		学时:8
学习任务	7-1 产品整体概念及分类 7-2 产品组合 7-3 产品市场生命周期策略 7-4 新产品开发	
学习目标	1、理解产品整体概念及其层次结构 2、掌握产品生命周期各阶段的特点和营销策略 3、熟悉新产品的含义及开发的程序 4、掌握产品的组合的含义及策略 5、熟悉品牌的内涵和策略 6、掌握并能运用包装策略 7、能够运用整体产品概念、产品市场生命周期理论、新产品开发理论和产品品牌、产品包装理论及技能进行产品决策	
学习内容	1. 整体产品、产品组合的概念和产品组合策略； 2. 产品市场生命周期各个阶段的特点与营销策略； 3. 新产品的内涵，掌握新产品开发策略； 4. 产品品牌、包装的内涵；初步掌握产品品牌策略、商标策略和包装策略；	
教学模式	教学重点：产品整体概念、理解与运用，产品组合策略，新产品开发策略 教学难点：产品整体概念的理解及运用 教学方法：问题探索法、情景教学法，任务驱动法，小组合作法，案例教学法	
学习过程	1、复习旧课，案例导入新课产品整体概念（1学时） 2、学习产品生命周期各阶段的特点和营销策略（1学时） 3、学习新产品的含义及开发的程序（1学时） 4、学习产品的组合的含义及策略（1学时） 5、学习品牌与包装的内涵和策略（1学时） 6、小结与布置作业 7、实训项目：制订产品方案（3学时） 8、评价反馈，任务结束	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体设备	
学习评价	评价内容：运用整体产品概念、产品市场生命周期理论、新产品开发理论和产品品牌、产品包装理论及技能进行产品决策 评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，模拟实操展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题、案例分析等	

学习情境八：定价策略		学时:8
学习任务	8-1 定价目标 8-2 定价方法 8-3 定价策略 8-4 价格变动策略	
学习目标	1、熟悉影响产品定价的定价目标 2、熟练运用成本导向定价法、竞争导向定价法和顾客导向定价法 3、熟练运用产品定价策略 4、理解企业降价或提价的原因 5、熟悉企业对竞争者变价的对策 6、能够在分析影响营销价格因素的基础上进行营销定价，适时调整营销定价	
学习内容	1、定价目标 2、定价方法 3、定价策略 4、价格变动策略 5、各种营销定价的程序、方法和技巧；	
教学模式	教学重点：定价策略和定价方法的相关理论和应用 教学难点：如何为不同的产品选择合理的价格策略和合适的定价方法 教学方法：问题探索法、情景教学法，任务驱动法，案例教学法、讲授法、头脑风暴法、分组竞赛法	
学习过程	1、复习旧课，案例导入新课，提问引入学习任务定价目标（1 学时） 2、定价方法（1 学时） 3、定价策略（1 学时） 4、价格变动策略（1 学时） 5、小结与作业布置，学习效果评价 6、实训项目：制定定价方案，工作任务实操模拟表演（4 学时）	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体设备	
学习评价	评价内容：定价方法目标、定价方法，定价策略，价格调整策略 评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，模拟实操展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题等	

学习情境九：分销渠道策略		学时:8
学习任务	9-1 认识分销渠道 9-2 分销渠道设计 9-3 认知中间商 9-4 分销渠道管理	
学习目标	1、理解分销渠道概念和功能 2、掌握可供企业选择的渠道模式类型 3、掌握影响渠道设计的因素 4、了解经销商、代理商、批发商、零售商在渠道中的作用 5、熟悉选择中间商的标准和激励措施 6、掌握化解渠道冲突的方法 7、能够依据所依赖的环境、企业 and 产品特点选择分销渠道和制定分销渠道策略，具有产品实体分销能力。	
学习内容	3. 分销渠道的特点与功能； 4. 分销渠道设计的影响因素及流程 3. 中间商的概念、作用与类型； 4. 分销渠道的管理	
教学模式	教学重点：分销渠道的含义、职能类型；分销渠道策略；批发商与零售商。 教学难点：分销渠道与营销渠道的区别；分销渠道的设计与管理。 教学方法：问题探索法、情景教学法，任务驱动法，案例教学法、	
学习过程	1、旧课复习，案例导入新课，提问引出分销渠道的概念，分销渠道与营销渠道的区别 2、学习分销渠道的特点与功能（1 学时） 3、学习分销渠道设计的影响因素及流程（1 学时） 4、学习中间商的概念、作用与类型（1 学时） 5、学习分销渠道的管理（1 学时） 6、小结，即时训练，答案公布，课后作业布置，学习效果评价。 7、实训项目：制定渠道方案（4 学时）	
教学条件	典型案例分析教案，实训教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体设备，粉笔	
学习评价	评价内容：能够依据所依赖的环境、企业 and 产品特点选择分销渠道和制定分销渠道策略 评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，实训结果展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题等	

学习情境十：促销决策		学时:8
学习任务	10-1 促销组合 10-2 广告 10-3 人员推销 10-4 营业推广 10-5 公共关系策略	
学习目标	1、理解促销与促销组合的含义 2、理解广告诉求的概念与广告信息的表达 3、熟悉人员推销的含义和特点 4、掌握营业推广的方式 5、理解公共关系的主要活动方式 6、具有运用所学理论和方法进行产品推销、广告宣传、公共关系和营业推广的能力，能够综合运用各种促销方式开展促销活动。	
学习内容	1. 促销策略组合的内容； 2. 人员推销的基本特点和策略； 3. 广告决策的特点和广告宣传的内容及策略；公共关系的基本内容；公共关系活动的方式和促销途径； 4. 营业推广的形式； 5. 促销方式及组合策略的方法和技巧；	
教学模式	教学重点：促销方式、促销组合的含义 教学难点：影响促销组合的因素 教学方法：案例教学法、问题探索法、探究式学习	
学习过程	1、旧课复习，在前面三种营销策略学习基础上进行促销策略的学习 2、新课呈现： <ul style="list-style-type: none"> (1) 促销，促销组合的含义，策略，影响促销组合决策的因素（1学时） (2) 广告策略（1学时） (3) 人员推销策略（1学时） (4) 营业推广策略（1学时） (5) 公共关系策略（1学时） 3、小结与课后作业布置，学习效果评价 4、实训项目：制订促销方案，实操任务布置与考核（3学时）	
教学条件	典型案例分析教案，本单元习题参考答案，专业教室，多媒体设备	
学习评价	评价内容：能够综合运用各种促销方式开展促销活动包括人员推销，广告宣传、公共关系和营业推广 评价方式：包括自评、他评、师评 1、过程性评价，包括考勤，课堂纪律，提问、分组讨论、案例分析、课后作业，实训结果展示 2、终结性评价：卷考——判断题、选择题、问答题等	

五、课程考核建议

1. 考核方式

本课程强调过程评价与终结性评价相结合。过程评价突出过程考核与阶段评价，结合学生的课堂表现、业务操作、作业记录、社会实践等环节的表现与成果进行评价。终结性评价采取学期末闭卷考试的方式，对课程的基础知识掌握和运用情况进行终结性评价。考核方式与各情境在考核中所占比重如下表：

学生总评成绩 = 平时成绩（40%）+ 期末成绩（60%）

表5 考核方式

考核项目		评价内容	评价方式
平时成绩 40%	实训成绩 10%	主要考核学生是否能够有效的将所学理论知识灵活运用具体的营销活动中	自评，小组互评，老师参评
	平时作业 10%	作业完成质量	教师批阅
	学习态度 10%	课堂表现、学习积极性和主动性	自评，小组互评，老师参评
	出勤情况 10%	是否有迟到早退现象	老师课堂点名
期末成绩 60%	卷考 60%	主要考核学生理论知识掌握程度，通过单选题、多选题、判断题、问答题、案例分析来评价学生理论知识的系统性。	教师评分

表6 各情境在考核中所占比例

序号	情境项目	考核所占比例（%）
1	市场营销导论	5%
2	市场营销信息与调查	5%
3	市场营销环境分析	10%
4	消费者购买行为分析	10%
5	市场竞争战略	5%
6	目标市场营销战略	15%
7	产品策略	15%
8	定价策略	15%
9	渠道策略	10%
10	促销策略	10%
	总计	100%

2. 考核标准

本考核标准应和本专业学生从事市场营销活动职业能力和营销员上岗能力相结合，与相对应的营销员职业资格证书相对接。

六、学习资源建议

（一）学习资源利用与开发建议

1. 积极利用省级以上精品课程教学资源，完善教学团队，共建教学资源数据库，充分发挥教学团队中各有所长，资源共享。

2. 建设与充分利用校内模拟实训室，充分利用仿真软件构建网络实训平台，提高学生的营销实践操作能力。

3. 组建学生营销协会或营销学习小组，在开展丰富多彩的第二课堂活动中培养学生的情商、人际沟通和团结协作精神。

4. 组建校企合作的校外实训基地，建设“双师”教师队伍，有计划安排学生到校外实训基地进行认知实习、阶段实习、顶岗实习，培养学生营销实战能力。

5. 开发和利用网络资源，充分利用电子图书、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，不断增加教学资源的品种，不断提高教学资源的针对性

6. 引导学生阅读营销经典著作与典型案例，尽可能多地进行案例分析与讨论，夯实学生的知识基础，培养学生分析问题和解决问题的能力。

（二）. 本课程教学建议使用的教材：

《市场营销学》（第1版） 闫红珍 陈映雄主编 武汉大学出版社 2016 年

（三）. 主要教学参考资料：

（1）《市场营销学》 吴泗宗主编 清华大学出版社 2012 年

（2）《消费心理学》 肖润松主编 电子工业出版社 2013 年

（3）《分销渠道管理》 郑锐洪主编 大连理工大学出版社 2011 年

（4）《市场营销理论与实训教程》 屈冠银主编 机械工业出版社 2011 年

七、编制依据

该课程标准是依据《高等职业学校市场营销专业教学标准》以及《汕职院市场营销专业人才培养方案》(2019)编制的。

汕头职业技术学院

课程标准

《国际贸易单证实务》

适用专业： 国际贸易实务

编制单位： 国贸营销教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0702380C	吴竑					

《国际贸易单证实务》课程标准

课程名称：国际贸易单证实务

课程类型：技能实践

学时学分：108 学时（4 学分）

开设学期：第四学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是国际贸易实务专业的核心课程和必修课程，也是国际贸易实务专业人才培养方案中规定的 5 门专业核心课程之一。

（二）课程任务

《国际贸易单证实务》课程主要针对有进出口经营权的生产企业、三资企业 and 专业外贸企业的国际商务单证员、外贸业务员等岗位开设。主要任务是：培养学生在国际贸易工作岗位的外贸单证制作能力，要求学生掌握国际贸易出口业务中不同的收汇方式下的外贸单证制作的基本知识和基本技能，同时具备在进口业务中协调处理好各个进口业务环节的基本能力。通过本课程的教学，使学生能够根据信用证或合同的要求，完整缮制出全套出口单据，顺利结汇及处理进口业务的能力。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《国际贸易实务》、《外贸函电》，后续课程有《外贸业务综合实训》。

二、课程目标

根据外贸单证员岗位工作和其他外贸岗位工作需求，通过国际贸易单证的仿真操作和外贸企业真实案例的全真操作，使国际贸易专业的学生在出口业务中能够阅读理解合同、审核信用证、能够根据不同结算收汇方式制作、办理和审核各种单证的操作能力，在进口业务中，能够向银行申请开立信用证，审核单据和办理进口业务的能力。培养学生认真仔细严谨的工作作风和善于沟通和团队合作的工作素质，为今后从事外贸单证员岗位工作和其他外贸岗位工作奠定基础。

1、技能目标

- (1) 能判断合同条款的完整性，理解和把握合同执行的要点；
- (2) 能根据合同审核信用证条款的准确性；能对影响合同执行的信用证条款及时提出修改；
- (3) 能够对合同或者信用证项下的单据缮制制定详细的进度，并严格执行；
- (4) 能根据信用证缮制全套单据；
- (5) 能根据合同缮制 T/T 结算的全套单据；
- (6) 能根据合同缮制托收项下的全套单据。
- (7) 能根据进口合同开立信用证，并且对受益人提交的单据进行审核，并能准确提出存在的问题，办理进口手续。
- (8) 能收集信息、分析案例，完成任课教师布置的讨论、分析报告、总结报告。
- (9) 能与团队合作，能创造性的制作 PPT，并能善于表达和演讲。
- (10) 完成学习中的其他任务。

2、素质目标

- (1) 能明确外贸单证岗位所处的重要位置，不断提高自身的职业道德与业务素质；
- (2) 具有良好的心理素质和克服困难的能力，良好的团队协作精神；
- (3) 具有自主学习的能力，主动学习国际贸易惯例和国际商务的有关案例；
- (4) 具备较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力和组织协调能力，具备一定判断能力。
- (5) 能灵活运用计算机操作 WORD、EXCELL 文件，并能制作效果良好的 PPT。

3、知识目标

- (1) 认知单证员职业岗位的背景、特点和要求，产生对单证员职业的兴趣；
- (2) 熟悉单证员的基本规范，了解外贸业务操作中的基本术语；
- (3) 掌握合同的审读方法；
- (4) 掌握信用证审核的要点与方法，对信用证问题能及时提出修改意见；
- (5) 掌握发货托运的基本流程与相关单据的制作方法。
- (6) 掌握进口业务的工作流程和工作要求。

三、课程设计

本课程按照高职教育的教学改革方向，以国际贸易业务工作实践过程为项目为载体，实施“能力本位”教育，加强“实践教学”，根据专业人才培养方案中的工作任务与职业能力，选取 13 个典型的国际贸易业务的工作过程和任务作为学习情境，其中第一个 1 个情景为进口模块，其余 12 个情景为出口模块；所有情景都是根据岗位（群）工作任务要求，确定学习目标及学习任务内容；本课程采取行动导向项目教学教学模式，以学生为主体，以国际贸易业务职业岗位的实际需求和职业资格考证的需要为导向组织教学及考核。

表 1 课程总体设计

课程名称	国际贸易单证实务	计划总学时：108
情境名称	情境描述	参考学时
1. 开证申请操作	1. 读懂外销合同条款 2. 读懂开证申请书条款 3. 根据外销合同填制开证申请书	12
2. 审证和改证业务操作	1. 分解外贸合同条款 2. 读懂 L/C 条款 3. 审核 出 L/C 的问题条款 4. 提出 L/C 修改意见 5. 处理 L/C 修改	12
3. 缮制商业发票和装箱单操作	1. 读懂和理解 L/C 条款和合同条款中品名和 价格条款 2. 根据 L/C 条款和合同条款准确填 写商业发票中的起运地、目的地的内容 3. 用	10

	英文书写数字（价格）4. 找出 L/C 中的制作装箱单的相关条款	
4. 制作订舱委托书和办理订舱操作	1. 分析 L/C 和合同条款 2. 能准确填制货物数量、重量、体积 3. 准确填制报关价格、运费支付方式 4. 根据 L/C 条款和合同条款确定装运人、收货人、通知人等 5. 确定最迟交货期并据此订舱	8
5. 制作出境货物报检单和办理报检手续	1. 读懂 L/C 和合同条款中的品名条款、价格条款 2. 根据 L/C 条款和合同条款准确填制出境货物报检单 3. 准确填制报检委托书	6
6. 制作和申请原产地证操作	1. 根据 L/C 条款和合同条款准确制作一般原产地证 2. 根据 L/C 条款和合同条款准确填制普惠制原产地证	6
7. 制作和整理报关单据	1. 熟练运用海关手册寻找海关代码 2. 能准确填制报关委托书 3. 能准确缮制报关单及其他随附单据	8
8. 制作投保单和办理保险操作	1. 制定投保条款及投保范围 2. 熟悉保险加成的运用，保险金额的计算 3. 分析 L/C 条款和合同条款装运条款，界定投保时间、投保起始目的地、赔付地点	6
9. 制作附属单据操作	1. 根据 L/C 条款和合同条款要求缮制装运通知 2. 根据 L/C 条款和合同条款要求缮制船公司证明 3. 根据 L/C 条款和合同条款要求缮制受益人证明	10
10. 制作汇票操作	1. 准确填制 L/C 项下汇票 2. 准确填制托收项下汇票	6

11. 单据审核操作	1. 审核商业发票 2. 审核装箱单 3. 审核运输单据 4. 审核保险单据 5. 审核产地证 6. 审核汇票 7. 审核其他单据	12
12. 交单结汇	1. 按 L/C 指示和合同条款交单 2. 办理付汇 3. 检查收回的单据的准备性、完整性和一致性 4. 处理有问题的收回单据	8
13. 单证归档操作	按业务部门和其他部门的要求将各类单证归档	4

四、课程内容与教学建议

表 2 学习情境设计

学习情境二：审证和改证业务操作		学时: 12
学习任务	任务 1. 读懂外销合同条款，合同主要条款； 任务 2. 读懂 L/C 条款，翻译 L/C 条款的内容，并在课堂讲解条款； 任务 3. 根据外销合同，审核 L/C，找出问题条款。并请学生按小组指出问题条款； 任务 4. 根据问题条款提出信用证的修改意见； 任务 5. 形成信用证的改证申请书进行课堂展示。	
学习目标	目标 1. 熟练掌握合同条款，清楚哪些是合同的主要条款； 目标 2. 掌握 L/C 内容、结构、种类； 目标 3. 掌握如何根据 UCP600 和合同修改 L/C 的相关条款； 目标 4. 熟悉审证步骤、要求和信用证修改书的撰写； 目标 5. 熟悉信用证修改的流程和要求	
学习内容	内容 1. 如何分解外贸合同条款？ 内容 2. 如何能读懂 L/C 条款？ 内容 3. 如何审核出 L/C 的问题条款？ 内容 4. 如何提出 L/C 修改意见？	

教学模式	行动导向（项目教学）								
学习过程	<p>教学方法：学习过程是以学生为主体，体现“融教、学、做于一体”的教学方法，具体如下：经过导学及知识准备，教师引导学生自主地交替进行各种真实业务背景下的国际贸易业务操作与训练。以项目导向，任务驱动，融“教、学、做”为一体，教师配合指导、答疑、评价，将理论知识的学习和运用置于仿真或全真的项目任务中展开，项目完成后学生能够牢固掌握相应的国际贸易业务基本知识与操作技能。</p> <p>教学手段：融“教、学、做”于一体，本课程制作了多媒体教学课件，充分运用色彩、声音、图片、艺术字等形象生动地展现外贸合同的履行步骤，各类结汇方式流程，尤其是展示各类结汇单证的图片，使学生对知识有感性认识，加深了印象，促进学生对知识的理解。</p> <p>情景二的“教、学、做”具体学时安排情况如下：</p> <table> <tr> <td>教师：（讲解、答疑、评价）</td><td>学生：（学习、仿真训练）</td></tr> <tr> <td>1. 合同条款（1 学时）</td><td>1. 合同条款（2 学时）</td></tr> <tr> <td>2. L/C 条款（1 学时）</td><td>2. L/C 条款（3 学时）</td></tr> <tr> <td>3. L/C 审核、修改（1 学时）</td><td>3. L/C 审核、修改（4 学时）</td></tr> </table>	教师：（讲解、答疑、评价）	学生：（学习、仿真训练）	1. 合同条款（1 学时）	1. 合同条款（2 学时）	2. L/C 条款（1 学时）	2. L/C 条款（3 学时）	3. L/C 审核、修改（1 学时）	3. L/C 审核、修改（4 学时）
教师：（讲解、答疑、评价）	学生：（学习、仿真训练）								
1. 合同条款（1 学时）	1. 合同条款（2 学时）								
2. L/C 条款（1 学时）	2. L/C 条款（3 学时）								
3. L/C 审核、修改（1 学时）	3. L/C 审核、修改（4 学时）								
教学条件	<p>为了达到“融教、学、做于一体”教学实施环境的基本要求，本课程在教学中应充分利用课件库、素材库、光盘下载、期刊网等各种现代化辅助教学手段，突破根据单一统编教材进行教学的模式，实现优质资源共享。教学中随时可以展示国际贸易业务纸质资料及样版、演示单证填制技巧、视频演播业务案例等，使学生有身临其境的感觉，增强课堂教学的趣味性及生动性，提高学生信息收集能力，增加学生信息量，扩大学生知识面，全面提升教学质量。</p> <p>这种“融教、学、做于一体”教学方式要求授课老师不仅要有具有较为扎实专业理论基础，而且要有技术能力和较</p>								

	为丰富实践经验，也就是老师需具备“双师型”的素质。
学习评价	<p>评价项目：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够掌握制作外贸合同的方法和技巧；签订合同时容易出现的问题和注意事项，尤其是对合同的品名、品质、数量、价格条款和支付方式、包装、运输、检验和保险条款等。 2. 能够掌握信用证的性质和特点、种类、流程、信用证业务操作要领； 3. 能够掌握信用证审核的具体步骤，信用证风险及防范对策、信用证案例分析等。特别是对信用证条款中的“软条款”、“非单据化”条款要能够识别和修正； 4. 能够掌握信用证的修改规则；通过对信用证的全面审核，如发现问题，应分别情况及时处理。对于影响安全收汇，难以接受或做到的信用证条款，必须要求国外客人进行修改。 5. 掌握信用证修改的程序和一般的格式要求，懂得凡是需要修改的内容，应做到一次性向客人提出，避免多次修改信用证的情况及不可撤销信用证中任何条款的修改，都必须取得当事人的同意后才能生效。 <p>评价方式：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 过程性评价：提问、仿真操作效果、最终成果展示； 2. 终结性评价：卷考——模拟国际贸易业务操作流程，在仿真环境下测试单证的实际操作能力。

五、课程考核建议

1. 考核方式

《国际贸易单证实务》课程的考核采取三种形式：形成性考核、任务性考核和终结性考核，课程总成绩为百分制，形成性考核占课程总成绩的 10%，任务性考核占课程总成绩的 40%，终结性考核占课程总成绩的 50%。

课程总成绩（100%） = 形成性考核（10%） + 任务性考核（40%） + 终结性考核（50%）

2. 考核标准

本课程的考核标准除了本专业学生能够充分体现外贸单证员岗位实际工作所需素质、能力、知识等职业能力和相关其他国际贸易岗位的上岗能力外，还应与全国国际商务单证员等职业资格考试及全国“互联网+国际贸易综合技能”赛项竞赛规程相对接。

六、学习资源建议

（一）建议使用教材：

1. 浙江省普通高校十二五规划教材：《外贸单证实务》（第三版），主编：朱春兰、张云勤、贺翔，大连理工大学出版社，2017

2. 十二五普通高等教育规划教材：国际贸易单证实务（第4版），主编：吴国新、李元旭、何一红，清华大学出版社，2017

（二）主要参考书及参考资料：

1. 外贸单证处理技巧，林泽拯，中国商务出版社，2017年

2. 新编国际贸易单证实务，王雪，化学工业出版社，2018年

3. 国际商务单证理论与实务，全国国际商务单证培训认证考试办公室，中国商务出版社，2017年

4. 国际商务单证实训教程，全国国际商务单证培训认证考试办公室，中国商务出版社，2017

（三）网络教学资源：

1. 世贸人才网：http://class.wtojob.com/class95_17760.shtml

2. 搜英语网：<http://www.soenglish.com.cn>

3. 考试大网：<http://www.exanda.com>

4. 国际商务单证员考证中心网：<http://www.icd.net.cn>

七、编制依据

本课程标准是依据国际贸易实务专业教学标准及国际贸易实务专业人才培养方案编制的。

汕头职业技术学院 课程标准

《销售管理》

适用专业： 市场营销专业

编制单位： 经管系国贸营销教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0701940B	赵慧娴	2019 年 4 月				

《销售管理》课程标准

课程名称：销售管理

课程类型：专业必修课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：第三学期

一、课程基本描述

1. 课程性质

《销售管理》课程是市场营销专业的一门专业必修课程，是一门建立在市场营销学和管理学基础之上的应用学科，是研究企业销售及其管理活动过程的规律和策略的学科，是市场营销管理的一门分支学科。

2. 课程任务

市场营销专业旨在培养思想政治坚定、德技并修、全面发展、适应商贸企业需要、具有良好的综合素质与专业素质、掌握市场营销知识和技术/技能、在工商企业或相关行业从事销售、市场调研分析、营销策划、渠道拓展、客户服务、文员等业务及管理岗位的高素质、高技术、高技能的应用型人才。

《销售管理》课程主要针对销售主管、渠道主管、销售经理、区域经理、销售总监等管理岗位开设。主要任务是：培养学生在销售管理类岗位的销售指标制定能力、与公司发展阶段匹配的销售组织架构设定能力、销售领导能力、销售绩效考评设定能力及销售控制等能力，要求学生掌握销售管理的理论知识和操作技能，在企业销售领域中具有分析、解决管理实务问题的的基本技能。为学生继续学习和以后从事企业销售活动打下必要的基础。

3. 课程衔接

在课程设置上，本课程的前导课程主要有《市场营销学》、《管理学》、《经济学》课程，后续课程有《推销实务》、《分销渠道管理》、《客户关系管理》

等课程。

二、课程目标

通过本课程学习，在专业知识上，达到能围绕销售经理的中心工作完成销售计划的制订、销售组织的构建、销售额的分析、销售成本的控制、销售人员的招聘与培训、销售人员的激励与绩效考评、客户档案的建立、客户投诉的处理等工作任务的学习的目标。在专业能力上，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的实践能力。在专业素质上，通过本课程学习，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守，自主学习、主动学习的良好品格，具备从事销售管理工作的综合素质和能力。

1、知识目标

- (1) 了解销售职业，认识销售、销售管理和销售管理发展趋势；
- (2) 能够进行销售绩效管理，制定销售计划、分配销售定额、分析销售状况、控制销售成本和进行货品管理；
- (3) 能够进行销售组织团队管理，构建销售团队、招聘培训销售人员、设计销售薪酬、激励销售人员、考核销售绩效；
- (4) 能够进行客户管理，掌握客户关系管理、客户服务管理，处理客户投诉，提升客户满意度和忠诚度。

2. 能力目标

通过以项目为载体的教学活动，使学生熟悉销售经理的岗位要求，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的实践能力。

3. 素质目标

- (1) 在项目实施过程中，培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守。
- (2) 在以小组为单位实施教学项目过程中，培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格，具备从事销售管理工作的综合素质和能力。

三、课程设计

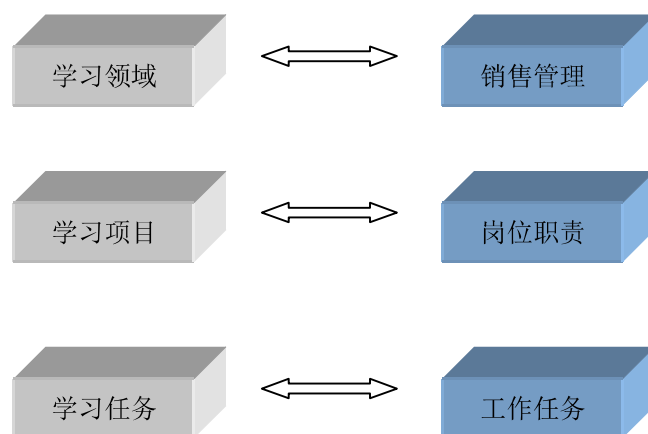
1. 课程设计的基本理念

《销售管理》课程以建构主义学习理论、多元智能理论和情境学习理论等教育理论作为实施课程设计的理论基础；遵循高等职业教育教学规律，以学生为主体，注重培养学生职业能力发展的可持续性；以项目为载体，以工作任务与职业能力分析为依据，负载销售经理岗位对应的知识、能力和素质目标，承接多元化社会对人才的需求，实现课程培养目标。

2. 课程的设计思路

《销售管理》课程设计，是运用 DACUM 职业分析方法，以职业课程的结构观为理论基础，在对销售管理工作进行系统分析的前提下，按销售经理的岗位职责设计了三个学习项目，按销售经理的具体工作任务设计了十六个学习单元，以销售经理的岗位职责、工作任务为主线，形成了一个完整的销售管理课程体系，如图所示：

《销售管理》课程设计思路图



3. 课程结构设计

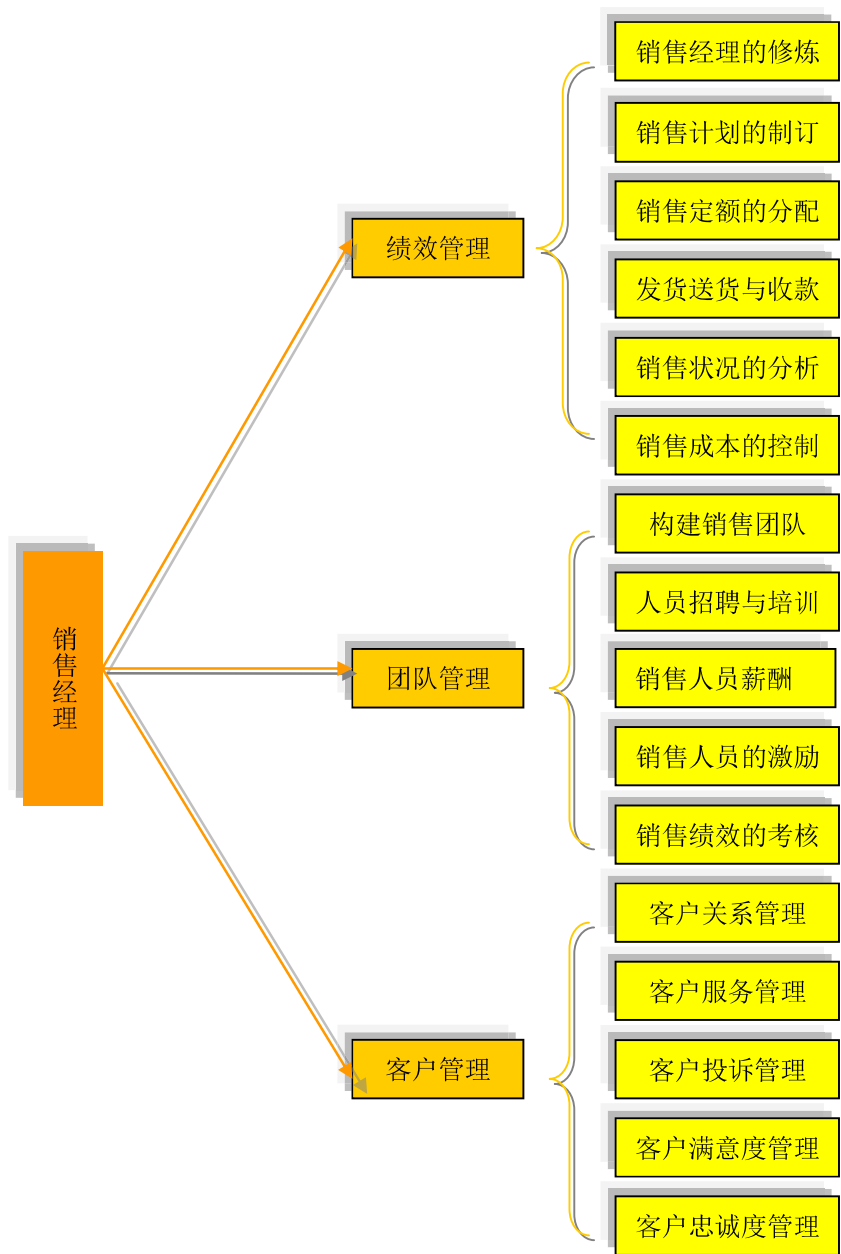
《销售管理》课程根据企业销售经理所提供的岗位职责、工作任务描述，按课程教学目标的要求，设计了三个学习项目、十六个学习单元。

销售经理工作任务一览表

岗位职责	工 作 任 务
1. 绩效管理,完成公司下达的销售目标	1. 制订年度、月度销售计划,并跟进计划的实施 2. 制订销售政策,并对销售额和销售成本进行日常监控,确保销售目标的实现 3. 对销售资料进行统计分析,撰写月度、季度、年度销售实绩报告 4. 对发货、送货、收款进行管理
2. 团队管理,建设一支有战斗力的销售队伍	1. 设计区域销售组织的结构,并合理配置人员,保证销售区域健康发展 2. 会同有关部门做好销售人员的招聘工作,定期进行销售人员的培训,提升团队素质与技能 3. 做好团队日常绩效的考核工作,严格执行公司薪酬管理制度 4. 经常与销售人员进行沟通,保持团队的战斗力
3. 客户管理,建设一个高效运行的销售网络	1. 建立客户档案,完善客户信息管理制度 2. 妥善处理客户投诉和纠纷,维护公司的信誉和形象 3. 建立客户回访制度,保持与重要客户的联系与沟通 4. 跟进客户服务,提高客户服务质量与效率,从而提高客户满意度与忠诚度

据此设计课程结构，《销售管理》课程结构如下：

《销售管理》课程结构



4、课程总体设计及课时安排

课程进度总体安排表

周次	周课时数	教 学 内 容
1	4	单元 1 从销售做起
2	4	单元 1 做一名合格的销售经理

3	4	单元 2 制定销售计划
4	4	单元 3 分配销售定额
5	4	单元 4 发货、送货与收款
6	4	单元 5 分析销售状况
7	4	单元 6 控制销售成本
8	4	单元 7 构建销售团队
9	4	单元 8 招聘销售人员
10	4	单元 8 培训销售人员
11	4	单元 9 设计销售薪酬
12	4	单元 10 激励销售人员
13	4	单元 11 考核销售绩效
14	4	单元 12 客户关系管理
15	4	单元 13 加强客户服务
16	4	单元 14 处理客户投诉
17	4	单元 15 提高客户满意
18	4	单元 16 培养客户忠诚

实训进度安排表

项目	实 训 内 容	实 训 要 求	实训学时
一	职业目标——销售经理的角色定位实训	认识销售经理的任务和品质要求	4
二	制定销售计划实训	掌握如何制定销售计划	2
三	发货、送货与收款实训	理解窜货的危害及防范	2
四	分析销售状况实训	掌握销售状况分析	4
五	控制销售成本实训	掌握销售成本控制	2
六	构建销售团队实训	掌握销售团队类型特点	2
七	招聘销售人员实训	掌握招聘销售人员标准与方法	4

八	设计销售薪酬实训	掌握薪酬设计程序	2
九	激励销售人员实训	掌握激励销售人员方式	2
十	考核销售绩效实训	掌握绩效考核程序	2
十一	客户关系管理实训	掌握如何进行客户关系管理	4
十二	客户服务实训	掌握客户服务内容	2
十三	处理客户投诉实训	掌握处理客户投诉策略	2
十四	客户满意度、忠诚度实训	理解客户满意和客户忠诚	2

四、课程内容与教学建议

1. 课程内容设计

序号	学习单元	知识内容与要求	技能内容与要求	参考学时
1	销售经理的修炼	1. 认识销售经理的岗位特点 2. 了解销售经理的岗位职责与职权 3. 掌握销售经理应具有的意识品质	1. 对销售经理岗位职能与技能进行综合分析,并自主运用 2. 根据自己对销售经理的理解,绘制“一个合格的销售经理”思维导图	8
2	销售计划的制定	1. 认识销售计划在销售管理中的重要性 2. 了解销售计划的分类 3. 掌握销售计划制定的原则	1. 根据市场分析和预测确定公司销售目标 2. 根据销售计划制定的程序和方法制定一份切实可行的公司销售计划	4
3	销售定额的分配	1. 认识销售定额分配工作的重要性 2. 了解销售定额的特征 3. 掌握销售定额的主要内容	1. 把握销售定额分配工作要点 2. 根据销售定额分配的程序和方法,对各销售区域及人员分配销售定额	4
4	销售货品管理	1. 认识订单管理 2. 了解发货、送货、退货、	1. 制定订单发货、送货、退货、收款的流程	4

		收款流程 3. 掌握串货管理	2. 制定串货管理策略	
5	销售状况分析	1. 认识销售分析 2. 掌握销售分析的内容 3. 掌握销售分析工作程序	根据销售分析模型进行公司销售分析, 绘制销售分析鱼刺图	4
6	销售成本控制	1. 认识销售成本 2. 了解销售成本分析的目的 3. 掌握销售成本分析的内容	根据销售成本分析的工作程序和方法, 制定公司销售成本控制策略	4
7	销售组织的构建	1. 认识销售组织 2. 了解销售组织的类型 3. 掌握构建销售组织应考虑的因素和销售组织构建的原则	1. 根据组织构建的工作程序和方法, 构建公司适宜的销售组织 2. 根据组织规模确定的方法, 控制公司销售组织的规模	4
8	销售人员招聘和培训	1. 认识销售人员招聘, 了解销售人员招聘原则, 掌握销售人员招聘计划要点 2. 认识销售人员培训, 了解销售人员培训工作流程, 掌握销售人员培训方法	1. 根据企业的发展需要确定招聘销售人员的标准 2. 按销售人员招聘工作流程组织销售人员招聘。 3. 按照培训计划组织销售人员培训, 并充当培训师	8
9	销售人员的薪酬设计	1. 认识销售人员薪酬的含义 2. 了解销售人员薪酬设计的原则 3. 掌握销售人员薪酬设计应考虑的因素	按销售人员薪酬设计的目标和流程, 设计销售人员薪酬制度, 并能够在考察中发现问题及时纠正。	4
10	销售人员的激励	1. 了解销售人员的期望 2. 了解销售人员的激励方式 3. 掌握销售人员的激励的原则	对不同类型销售人员进行有针对性激励	4
11	销售人员的绩效考评	1. 了解销售人员绩效考核的特点与目的 2. 掌握销售人员绩效考核的原则	按销售人员绩效考核的程序与方法对销售人员进行日常考核	4
12	客户关系管理	1. 认识客户关系管理 2. 了解客户关系管理的由来 3. 掌握客户关系管理的原则	建立客户信息库, 并能够按一定的技术标准对客户进行分析与筛选	4
13	客户投诉管理	1. 认识客户投诉	按处理客户投诉的工作	4

		2. 了解客户投诉的基本内容 3. 掌握处理客户投诉的原则	流程和策略有效处理客户投诉	
14	客户服务管理	1. 认识客户服务与服务质量 2. 掌握客户服务质量的评价标准 3. 掌握影响客户服务质量的因	按服务质量差距分析技术分析销售服务问题, 并提出改进措施	4
15	客户满意度管理	1. 认识客户满意度 2. 掌握影响客户满意度的因素	1. 按客户满意度测评体系进行客户满意度测评 2. 自主设计客户满意度调查问卷	4
16	客户忠诚度管理	1. 认识客户忠诚的价值 2. 掌握影响客户忠诚的因素	按客户忠诚的标准, 提出提高客户满意度策略	4

2. 教学建议

教学情境设计

学习单元一：销售经理的修炼	课时：8
任务描述： 学生分组完成“一个合格的销售经理”思维导图。	
学习目标： 一个销售人员从众多的同行中脱颖而出也并非易事，销售经理需要具备经理人的思维和品质，需要具备相应的管理技能，不能仅仅看到销售经理优厚的待遇和诱人的权利，还要看到经理所承担的职能和职责。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授、实训	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成思维导图的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。	
考核形式：现场展示	
考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	
评价内容：思维导图、PPT、展示与讲解	
学习单元二：销售计划的制定	课时：4
任务描述： 学生分组完成“***公司年度销售计划方案”。	
学习目标：	

要制定一个切实可行的销售计划，必须要把握制定销售计划的原则，掌握制定销售计划的程序和方法。其中，销售目标的确定和实施方案的制定，是一份好的销售计划的关键。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授、实训	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成方案设计的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。	
考核形式：现场展示	
考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	
评价内容：方案展示与讲解、PPT	
学习单元三：销售定额的分配	课时：4
任务描述： 学生按不同的方法分配公司销售定额。	
学习目标： 销售经理要把计划目标分解到每一个销售单位和个人，也就是销售定额的分配，使每一个下属都清楚自己的责任与目标，当计划期结束时，保证计划目标的实现。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授、实训	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成分配方案的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。	
考核形式：现场展示	
考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	
评价内容：分配方案的展示与讲解、PPT	
学习单元四：发货、送货与收款	课时：4
任务描述：学生完成一个货品管理的流程设计。	
学习目标： 销售经理要把根据客户需求和企业生产能力，制定企业的供货计划，接受客户订单，协调客户与各部门的工作，确保订单的按时完成；设计发货、送货、退货流程；防范串货。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授、实训	
教学资源	教师要求
专业教室：	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生

教学媒体： 大屏幕及电子课件。	理解知识。另外，学生在完成分配方案的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。	
考核形式：现场展示	
考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	
评价内容：分配方案的展示与讲解、PPT	
学习单元五：销售分析	课时：4
任务描述： 学生分组绘制本公司的销售分析鱼刺图。	
学习目标： 一个企业制定了很好的销售额计划，但由于没有有效的销售分析与评估，销售经理就不能判断计划是否有效，计划在多大程度上是成功的，计划成功或者失败的原因是什么等相关的问题。所以，销售经理要适时利用销售分析模型进行销售分析。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与实训相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成鱼刺图的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。	
考核形式：现场展示	
考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	
评价内容：鱼刺图展示与讲解、PPT 或 WORD	
学习单元六：销售成本控制	课时：4
任务描述： 学生分组制定本公司的销售成本控制策略。	
学习目标： 一个销售组织不仅要追求销售业绩的提升，更要追求销售效益的提升。销售分析解决的是销售业绩上不去的问题，销售成本分析要解决的是销售成本居高不下的问题，有效控制成本，提升销售效益。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与方案设计相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成方案设计的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。	
考核形式：现场展示	
考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	

评价内容：方案展示与讲解、PPT 或 WORD	
学习单元七：销售组织的构建	课时：4
任务描述： 学生分组构建公司的销售组织。	
学习目标： 建立高效率的销售组织体系是确保销售业务高效运转的前提，但销售组织的构建要遵循一定的原则，并考虑一些对其有重要影响的因素。销售组织结构的选择受到企业人力资源状况、财务状况、产品特性、消费者及竞争对手等因素的影响。企业应根据自身的实力及发展战略，选择适合自己的销售组织形式，确定适当的组织规模，用最少的管理成本获得最大的运营效益。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与案例分析相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在组织结构设计过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。 考核形式：现场展示 考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合 评价内容：方案展示与讲解、PPT 或 WORD	
学习单元八：销售人员招聘与培训	课时：8
任务描述： 学生分组模拟演示销售人员招聘面试现场，策划销售人员招聘会；分组模拟扮演销售经理对销售人员进行培训。	
学习目标： 销售人员的选聘关键就是选准人，要想把好入口关，就要在遵循一定选聘原则的基础上，严格选聘工作流程，这就需要制定好招聘计划和确定好选聘标准，在销售人员的选聘过程中要注意一些技巧。 在选聘合适的销售人员后就要对其加以培训，使其符合企业的要求。在销售人员的培训过程中一定要在遵循培训原则的基础上，掌握好培训流程。在培训中首先要根据企业的需求制定切实可行的培训计划，在销售培训实际工作中，培训的内容要根据工作的需要和受训人员的素质而定。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与模拟实训相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在制定招聘方案和模拟演示的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。 考核形式：现场展示	

考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	
评价内容：招聘方案、现场演示	
学习单元九：销售人员激励	课时：4
任务描述： 学生根据销售人员的现实表现提出激励方案。	
学习目标： 要使销售人员能够保持高昂的斗志和良好的精神状态，使他们的潜力得到更充分的发挥，把销售工作做到更好，就需要对销售人员适当的激励。有效激励要求在了解销售人员的期望基础上，能够根据销售人员激励的原则与方法，设计对不同销售人员的激励方案。	
教学方法与策略	
教学方法： 案例教学。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成激励方案的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。	
考核形式：现场展示	
考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	
评价内容：激励方案的展示与讲解	
学习单元十：销售人员薪酬制度的设计	课时：4
任务描述： 学生分组讨论某公司销售人员薪酬制度，并提出修改方案。	
学习目标： 销售人员的薪酬问题，是销售管理中的一个重要课题。从管理人员的角度来看力求销售成本的降低；从销售人员的角度来看，希望获得较高的收入；从顾客的角度看，则希望以较低的价格获得自己所需要的商品。这三者所追求目标的矛盾性，使得管理者想建立一套完整、有效的薪酬制度成为一件比较困难的事情。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授、案例教学实训。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成修订方案的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。	
考核形式：现场展示	
考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合	
评价内容：修订方案展示与讲解	
学习单元十一：销售人员的绩效考评	课时：4
任务描述：	

学生根据本公司销售人员绩效考核制度，设计“**公司销售人员绩效考核表”。	
学习目标： 销售经理对销售人员进行管理的基本内容之一就是销售人员进行绩效考核。绩效考核是通过系统的方法、原理来评定和测量员工的工作行为和工作效果。绩效考核是对管理计划的有效性及其执行的质量进行评价，使销售经理能及时采取必要的行动，使管理更富有效率，保证企业销售目标的完成。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与指导相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在制订考核表的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。 考核形式：现场展示 考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合 评价内容：考核表的展示与讲解	
学习单元十二：客户关系管理	课时：4
任务描述： 学生根据本公司实际情况，设计“**公司客户分析表”。	
学习目标： 客户流失率居高不下，始终困扰着销售经理和销售员，不解决客户的流失问题，无法保证销售业绩的进一步提升。“漏斗理论”给了我们一重要提示，要有效管理客户关系，提高客户忠诚度，千方百计保持与价值客户的关系，保证销售业绩的不断提升。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与指导相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在设计分析表的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。 考核形式：现场展示 考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合 评价内容：客户分析表的展示与讲解	
学习单元十三：客户投诉处理	课时：4
任务描述： 学生根据给定的客户投诉情况，模拟演练客户投诉。	
学习目标： 客户投诉是销售部门经常面临的问题，处理客户投诉也是销售经理的职能之一。问题的关键不是发生客户投诉与否，而是如何处理客户投诉，这事关企业的声誉。	

教学方法与策略	
教学方法： 讲授与模拟演示相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在模拟演示的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。 考核形式：现场展示 考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合 评价内容：模拟演示	
学习单元十四：客户服务管理	课时：4
任务描述： 要求学生按客户服务流程模拟演练客户售前服务。	
学习目标： 良好的服务能够有效巩固现有的顾客，赢得更多的新顾客，获得顾客的长期忠诚。这样，就会获得顾客的重复购买机会，从而促进企业的销售额不断增长。在现代企业标准化程度增强、差异逐渐消失、附加价值较小的情况下，企业要明确影响服务质量的各种因素，按照服务质量的评价标准，提供较高水平的服务质量，才能降低客户流失率，增强企业效益和竞争优势。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与模拟演示相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在模拟演示的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。 考核形式：现场展示 考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合 评价内容：模拟演示	
学习单元十五：客户满意度管理	课时：4
任务描述： 要求学生按客户满意度测评体系设计客户满意度调查表。	
学习目标： 客户满意对企业发展的促进作用是显而易见的，问题的关键是企业如何正确分析客户满意度，建立客户满意度测评体系，从而有针对性的分析企业经营中存在的问题和不足。在此基础上，采取有效的改进措施提高用户的满意度。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与指导相结合。	
教学资源	教师要求

专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成调查表的设计过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。 考核形式：现场展示 考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合 评价内容：调查表的展示与讲解	
学习单元十六：客户忠诚度管理	课时：4
任务描述： 学生为本公司制定一客户忠诚度计划。	
学习目标： 关注客户的终生价值，提高客户忠诚度，几乎是每个企业的共同追求。但如何提高客户的忠诚度呢？这又是销售经理面临的重要课题。所以，加强客户关系管理，提高客户忠诚度，成为企业共同追求的目标。	
教学方法与策略	
教学方法： 讲授与指导相结合。	
教学资源	教师要求
专业教室： 教学媒体： 大屏幕及电子课件。	讲授的内容以必需为度，目的是帮助学生理解知识。另外，学生在完成客户忠诚度计划的过程中，教师要进行全程指导。
考核与评价	
评价原则：学生是评价的主体；评价内容多元化；评价标准多维度。 考核形式：现场展示 考核方法：学生自评、互评与教师点评相结合 评价内容：客户忠诚计划展示与讲解	

五、课程考核建议

1. 考核方式

本课程主要采用过程性评价与终结性评价相结合的考核评价方式。过程性考核评价内容包括课堂考勤、课堂小组研讨表现、课程各项任务完成、汇报与展示情况等，教师主要通过到课率、作业记录、课堂参与度、实践技能掌握、阶段性成果汇报等情况对学生进行过程性评价；终结性评价采取学期末闭卷考试的方式，对课程的基础知识掌握和运用情况进行终结性评价。这种过程性评价与终结性评价相结合的考评方式，不仅能够多角度、公正、客观地对学生们的学习效果进行评价，而且还可以对学生的学习起到督促作用，提高学生的自律意识。

学生总评成绩=考勤、课堂表现、平时作业（40%）+卷面成绩（60%）

2. 考核标准

要求学生在系统地掌握销售管理理论的基础上，具备一定销售管理实践能力，真正做到活学活用。既能检查学生的掌握程度，又能考核学生的运用知识，分析问题和解决问题的能力。

六、学习资源建议

1. 本课程教学使用的教材：

《销售管理》（第4版） 张启杰主编 电子工业出版社 2018年1月第4版

2. 主要教学参考资料：

1. 《销售管理教程》 李先国编著 北京大学出版社 2005年9月
2. 《销售管理实务》 戴昕哲 包红君主编 同济大学出版社 2017年6月
3. 《销售业务管理》 何晓兵主编 科学出版社 2011年6月
4. 《市场营销学》 闫红珍 陈映雄主编 武汉大学出版社 2016年8月
5. 《市场营销研究：应用导向》（第5版）（美）纳雷希 K 马尔霍特拉著 涂平译 电子工业出版社 2009年6月
6. 《管理学基础》 万强 苏朝霞 王闯主编 教育科学出版社 2013年8月

3. 网络教学资源与其它教学资源

1. 网站教学资源：中国营销传播网、世界营销传播网、中国品牌网
2. 微信公众资源：销售与市场、商业周刊
3. 专业杂志：《销售与市场》、《市场营销》

七、编制依据

该课程标准是依据《高等职业学校市场营销专业教学标准》以及《汕职院市场营销专业人才培养方案》（2019）编制的。

汕头职业技术学院

课程标准

《客户关系管理》

适用专业： 电子商务

编制单位： 电子商务物流教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
07017200B	周唐	2019-4-20				

高等职业学校《客户关系管理》课程教学标准

课程名称：客户关系管理

课程类型：必修课（专业核心课程）

总学时：54 学时

总学分：3 学分

开设学期：第三学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

《客户关系管理》是电子商务专业开设的一门专业核心课程（理论与实践）。目前，客户关系管理人才缺口较大，客户管理教育与培训明显滞后，远远不能适应客户管理与客户经营的发展需求。在 CRM（客户关系管理）专委会的指导下，根据不同企业对 CRM 型人才的各种需求类型，对“电子商务”专业的定位和课程体系进行了改革。培养面向企业需求、掌握客户关系管理的内涵和前沿性发展理论，并具备一定的 CRM 操作技能的专业性技术人才。

（二）课程任务

通过本课程的学习，一方面使学生能够深刻地理解 CRM 的内涵、理论体系、课程背景以及前沿性发展成果，另一方面也可以掌握 CSM 的整体运作技能，能够熟练地运用 CSM 的每个业务环节，从而提高 CSM 的业务运作能力。同时，加强对其他相关课程的理解和掌握，从而提高学生的综合素质与综合能力。

（三）课程衔接

在课程设置上，本课程的前导课程主要有：电子商务概论、市场营销、基础会计、经济基础学、物流管理学基础、国际贸易理论与实务、经济法；后续课程主要有专业实习，主要包括：跨境电商、网上支付与结算、移动电子商务、供应链管理、电子商务案例分析。

二、课程目标

通过本课程教学，培养学生良好的职业态度、职业意识、职业思维和职业精神，熟练掌握客户服务部对客户服务技能，逐步形成管理能力和创新能力，为在行业中的发展奠定坚实的基础。

1、知识目标

引导学生全面掌握客户服务部服务与管理的知识内容，包括客户服务部工作职责、客户服务部业务构成、客户服务部产品知识、客户服务部业务流程及要素、消费心理等；掌握客户服务部运转规律、客户服务部组织特点。

- (1) 了解客户调查、电话联系、上门拜访、服务展示和公关活动的方法。
- (2) 了解售后服务的内容和要求；
- (3) 了解客户价值分析的方法，了解客户维护的方法。
- (4) 了解客户关系管理与客户经营的职业标准。
- (5) 了解客户管理与客户经营质量管理的标准和方法。

2、能力目标

依据职业教育特点突出实践教学环节，培养学生具有较强的规范操作能力和个性化服务能力；掌握现代客户服务管理的基本理论和方法，把握客户服务业务经营的发展趋势和科学管理方法的运用，力求培养具有较高素质的既懂理论又会操作的实用型的服务于管理人才。

(1) 具有调查客户信息、电话联系、邮寄资料获得客户的需求信息的能力，具有根据自己公司的实力确认是否继续跟进客户促成订单或寻找新的客户资源的能力；

(2) 具有对已成为稳定期客户的售后服务的能力；

(3) 具有合理分配时间在开发新客户和维护老客户的能力，具有充分分析是否有意义需要投入时间金钱继续维护客户的能力；

(4) 具有在限量的客户资源库里快而准地寻找目标客户的能力，具有快速通过技术各种手段实现稳定客户的形成的能力。

3、素质目标

- (1) 具有强烈的社会责任感、良好的职业道德。

- (2) 具有健康的体魄、良好的体能和健全的心理。
- (3) 具有正确的从业心态。
- (4) 具有刻苦、严谨、周密细心、不敷衍了事、工作到位的作风。
- (5) 具有艰苦奋斗、热爱劳动、爱岗敬业和良好的团队合作精神。
- (6) 具有积极进取的职业心理，刻苦钻研，好学上进、克服困难。

三、课程设计

本课程设计的总体思路是坚持“以职业岗位为课程目标，以职业能力为课程核心，以职业标准为课程内容，以学生为主体，以教师为引导”。在教学设计中以具体的“客户管理与客户服务项目”为平台，进行基于工作过程、行动导向的课程设计，形成“教、学、做”一体化的课程，以工作过程为导向，开展任务驱动型教学。为了实现本门课程对学生能力目标的培养，确定本课程的参考学时为 54 学时，学分为 3 学分。

表 1 课程总体设计

课程名称	客户关系管理	计划总学时：54
客户关系管理与客户经营认知	了解客户关系管理的实际工作岗位、实际工作内容及任职的要求；客户的含义；客户关系管理的功能；客户经营的关键能力。；	参考学时： 10
客户信息	客户需求； 客户状态； 客户调研； 调研方法； 调研流程。	4
客户开发	通过本模块学习，学生应具备： 客户细分； 新客户开发的途径； 新客户技巧。	10

客户满意度 与忠诚度	满意度的内涵与衡量； 提升客户满意度方法； 客户忠诚内涵与衡量； 提升客户忠诚度方法。	12
客户服务	服务内涵； 服务技能； 服务质量管理方法。	4
客户维护实 施	客户维护的步骤； 客户维护的要求； 客户维护的方法。	6
客户关系管 理实施	CRM 实施方法； CRM 实施的模式； CRM 实施的项目管理。 CRM 实施问题解决方案	8
实战训练	结合上述各个模块为学生设计训练子 项目，使学生循序渐进达到课程目标	

四、课程内容与教学建议

《客户关系管理》课程是高职院校电子商务专业的核心课程之一，它以培养学生职业能力为主线，融理论教学与实践教学为一体，教学中突出客户关系的实践环节，要求学生通过了解客户服务部职能，掌握操作流程和服务技术，来把握客户服务运转规律，形成科学管理的思维模式，培养学生成为高素质的既懂理论又会操作的客户服务与管理人才。课程主要内容及学习项目设计具体情况如下表：

表 2 课程内容设计

第一单元：客户关系管理的内涵及相关理论		学时:4
学习任务	准确、理解性地描述 CRM 概念及内容； 掌握客户关系管理的定义及特点；	
学习目标	1、能够运用关系管理理论 2、能够对客户生命周期进行阶段划分	
学习内容	1、掌握客户让渡价值的内涵 2、掌握客户生命周期的阶段划分 3、掌握客户生命周期的基本模式	
教学模式	1. 问答 2. 分组讨论 3. 案例分析	
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解客户关系管理的概念，并在此基础上切入到客户的让渡价值和生命周期阶段划分及基本模式；</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对客户关系管理概念、生命周期的划分；</p> <p>1.2 课堂练习，通过练习巩固学生对客户关系管理的概念及特点的掌握</p> <p>以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问及课堂练习的教学方式；</p> <p>2. 讲授客户关系管理生命周期的划分及基本模式的学习，学生进行案例分析、讨论，结合学生对案例的讨论结果，教师进行点评</p> <p>以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式</p>	
教学条件	多媒体课室、教材，学校实训基地，CRM 软件	
学习评价	(1) 学生对客户关系相关概念、内容、生命周期划分	

	及模式的理解掌握程度 (2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性, 小组讨论表现的协作、沟通能力, 对案例分析的条理性、准确性。 (3) 课堂练习的完成程度 (4) 评价方式: 主要有提问、案例分析、课堂练习;	
第二单元: 客户信息管理		学时:4
学习任务	能运用各种信息收集的基本方法收集客户信息 能运用一些简单的工具分析客户信息	
学习目标	1. 掌握客户信息的基本概念 2. 掌握客户信息管理的基本内容 3. 熟悉掌握客户信息收集、抽取和迁移、存储和集成等	
学习内容	1 客户关系信息的基本内容 2 客户信息收集的方法和途径 3 客户信息安全管理	
教学模式	1. 问答 2. 案例分析 3. 课堂练习 4. 课后实训	
学习过程	1. 通过案例的导入, 由浅入深地讲解客户信息管理的概念及分析处理方法 1.1 讲授结合提问, 了解学生对客户信息概念和收集理解程度 以上内容共需 2 学时, 主要采用讲授、提问的教学方式; 2、通过课堂讲解客户信息分析和安全管理; 2.1 课堂练习, 通过练习巩固学生对客户信息分析处理	

	<p>的掌握；</p> <p>2.2 课后实训布置（信息安全措施方案）</p> <p>此部分内容共需要 2 学时，主要采用讲授及课堂练习的教学方式</p>
教学条件	多媒体课室、教材，CRM 软件，学校实训基地
学习评价	<p>（1）学生对客户信息管理以及信息整理分析理解掌握程度</p> <p>（2）学生的出勤、课堂问题回答积极性。</p> <p>（3）课堂练习的完成程度</p> <p>（4）评价方式：</p> <p>过程评价：主要有提问、案例分析、课堂练习；</p> <p>终结性评价：实训报告——信息处理的安全措施案例</p>

第三单元：客户关系管理阶段		学时:6
学习任务	<p>学会应用相关知识进行客户开发</p> <p>学会运用客户保持的方法和策略进行客户保持管理</p>	
学习目标	<p>1. 掌握客户关系管理的四个阶段</p> <p>2. 掌握客户开发管理的内容</p> <p>3. 掌握客户保持的概念、内容、影响因素等</p> <p>4. 掌握客户流失的概念</p> <p>5. 掌握客户关系恢复的相关内容</p>	
学习内容	<p>1 客户开发管理</p> <p>2 客户保持管理</p> <p>3 客户流失管理</p> <p>4 客户关系恢复</p>	
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p>	

	4. 课后实训
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解客户关系管理的四个阶段、客户开发管理</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对客户关系的理解程度 以上内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问的教学方式；</p> <p>2、通过课堂讲解客户保持管理和客户流失管理</p> <p>2.1 课堂案例分析，通过给出现实案例，学生根据案例客户保持及流失管理分析；</p> <p>本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3. 客户关系恢复</p> <p>3.1 通过案例引导，讲授客户恢复及采取的措施 本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、提问、案例分析及分组讨论的教学方式</p> <p>4、课后实训布置（家乐福在中国如何重新获得客户青睐，并据此撰写客户恢复分析报告）</p> <p>此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，CRM 软件，学校实训基地
学习评价	<p>（1）客户开发、客户保持、客户流失及客户恢复</p> <p>（2）学生的出勤、课堂问题回答积极性，分组讨论的积极性及协作性</p> <p>（3）课堂问卷及客户恢复方案制定的完成程度</p> <p>（4）评价方式：</p> <p>过程评价：主要有提问、分组讨论、课堂项目设计；</p> <p>终结性评价：实训报告——调查问卷及市场调研报告</p>

第四单元：客户满意度管理	学时:8
--------------	------

学习任务	<p>能根据具体的客户情况，选择提高客户满意度的方法；</p> <p>能根据客户满意的衡量指标进行客户满意度的度量；</p>
学习目标	<p>1. 掌握客户满意度的内涵</p> <p>2. 掌握测评客户满意度的衡量指标和方法</p> <p>3 掌握提升客户满意度方法</p>
学习内容	<p>1、客户满意</p> <p> (1) 认识客户满意</p> <p> (2) 客户满意影响因素</p> <p>2、客户满意的衡量</p> <p> (1) 建立客户满意度测评指标</p> <p> (2) 衡量客户满意</p> <p>3、提升客户满意度的方法</p>
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p>
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解客户满意的概念、及影响客户满意的因素</p> <p> 1.1 讲授结合提问，了解学生对客户满意度含义的理解程度</p> <p> 以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授客户满意度的衡量的及提升客户满意度的方法</p> <p> 2.1 课堂案例分析，通过给出现实分析影响客户满意度的因素案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p> 本部分内容共需 4 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p>
教学条件	多媒体课室、教材，CRM 软件，学校实训基地

学习评价	<p>(1) 学生对客户满意度、客户满意度衡量及提升客户满意度方法理解的掌握程度</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式： 主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论；</p>
------	---

第五单元：客户忠诚度管理		学时:6
学习任务	<p>能准确衡量客户忠诚度</p> <p>能结合实际谈谈如何提高客户忠诚度</p>	
学习目标	<p>1. 了解客户忠诚度的内涵及意义</p> <p>2. 熟悉客户忠诚度的衡量指标</p> <p>3. 掌握建立和提高客户忠诚度的方法</p>	
学习内容	<p>1、客户忠诚度的内涵</p> <p>2、客户忠诚度的分类及衡量</p> <p>(1) 忠诚客户的分类</p> <p>(2) 客户忠诚度的衡量标准</p>	
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p>	
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解客户忠诚的概念、分类</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对客户忠诚概念、客户忠诚分类的理解程度</p> <p>以上内容共需 3 学时，主要采用讲授、提问及案例分析</p>	

	<p>的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授客户忠诚的衡量及如何提高客户忠诚度</p> <p>2.1 课堂案例分析，通过给出现实提高客户忠诚度案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p>本部分内容共需 3 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3、课后实训布置</p> <p>此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品，学校实训基地
学习评价	<p>(1) 学生对客户忠诚概念及衡量分析的过程的理解掌握程度</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>过程评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论；</p> <p>终结性评价：实训报告</p>

第六单元：客户服务管理		学时:6
学习任务	<p>能够灵活运用客户服务的基本方法</p> <p>能够针对企业客户服务的情况，提出客户服务管理方面的建议</p>	
学习目标	<p>1. 客户服务和客服管理的概念；</p> <p>2. 客服服务的基本方法；</p> <p>3. 了解客户服务组织结构的设计模式</p>	
学习内容	1 竞争中服务的概念	

	<p>2 客户服务管理的内涵</p> <p>（1） 客户服务管理的目标</p> <p>（2） 客户服务等级管理</p> <p>（3） 客户服务质量管理</p> <p>3 客户服务的组织结构</p>
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p>
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解客户服务的基本概念、客户服务管理的内涵</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对客户客服的相关概念、企业客服管理的理解程度</p> <p>以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授客户服务的组织结构以及客服管理的基本方法和技巧</p> <p>2.1 课堂案例分析，通过给出实际企业客户服务管理的方法技巧，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p>本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3、课后实训布置</p> <p>此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，教学配套软件
学习评价	<p>（1）企业客户服务概念的导入及管理方法</p> <p>（2）学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>（3）课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实</p>

	<p>际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式:</p> <p>过程评价: 主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论;</p> <p>终结性评价: 实训报告</p>
--	---

第七单元: 呼叫中心		学时: 4
学习任务	<p>能够熟练使用呼叫中心的客户沟通技巧</p> <p>能够熟练应用呼叫中心的各项技术</p>	
学习目标	<p>1. 了解呼叫中心及其发展</p> <p>2. 理解呼叫中心的结构和功能</p> <p>3. 掌握呼叫中心的运用</p>	
学习内容	<p>1 呼叫中心的概述</p> <p>2 呼叫中心的结构和功能</p> <p>3 呼叫中心的运用</p>	
教学模式	<p>1. 问答</p> <p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p> <p>4. 课后实训</p>	
学习过程	<p>1. 通过案例的导入, 由浅入深地讲解呼叫中心定义及其发展历程;</p> <p>1.1 讲授结合提问, 了解学生对呼叫中心作用的认识, 解释呼叫中心的结构和功能</p> <p>以上内容共需 2 学时, 主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式;</p> <p>2、通过结合案例讲授呼叫中心的选择也建设及其应用</p> <p>2.1 课堂案例分析, 通过给出实际呼叫中心应用案例,</p>	

	<p>学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p>本部分内容共需 2 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3、课后实训布置</p> <p>此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，CRM 软件，学校实训基地
学习评价	<p>(1) 评价企业如何选择呼叫中心及其建设</p> <p>(2) 学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>(3) 课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>(4) 评价方式：</p> <p>过程评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论；</p> <p>终结性评价：呼叫中心在现代商业环境中的新趋势</p>

第八单元：CRM 系统建设		学时:8
学习任务	<p>能够根据实际需要选择合适的 CRM 系统供应商</p> <p>能够对 CRM 系统进行评价、分析并提出改进措施</p>	
学习目标	<p>1. 了解 CRM 系统的种类和功能</p> <p>2. 熟悉主要的 CRM 供应商和产品</p> <p>3. 掌握数据采集、维护及人员培训相关内容</p> <p>4 掌握 CRM 系统的评估方法</p>	
学习内容	<p>1 CRM 系统需求分析</p> <p>2 CRM 系统选型</p> <p>(1) 供应商和产品</p> <p>(2) 系统的技术评价指标</p> <p>3 CRM 系统的实施</p>	
教学模式	1. 问答	

	<p>2. 案例分析</p> <p>3. 分组讨论</p> <p>4. 课后实训</p>
学习过程	<p>1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解 CRM 系统需求分析及系统选型</p> <p>1.1 讲授结合提问，了解学生对 CRM 系统的种类和功能及系统选型的理解程度；</p> <p>以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授 CRM 系统的实施及系统的评估</p> <p>2.1 课堂案例分析，通过对系统数据采集维护和人员培训的介绍，强调系统评估的基本原则，了解学生对 CRM 系统的整体认识，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p>本部分内容共需 4 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3、课后实训布置（根据某一企业开发的新产品，制定系统评估方案），此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，学生自备学习用品，学校实训基地
学习评价	<p>（1）CRM 系统分析、CRM 系统选型；CRM 系统实施；CRM 系统的评估</p> <p>（2）学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>（3）课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>（4）评价方式：</p> <p>过程评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论；</p> <p>终结性评价：CRM 系统评估方案的制定</p>

第九单元：客户关系管理实施		学时:8
学习任务	能够正确选择合适的企业 CRM 产品并实施 能够提出企业 CRM 项目实施过程中应注意的问题	
学习目标	1. 了解 CRM 实践的含义； 2. 了解 CRM 项目实施的目标与原则； 3. 熟悉 CRM 项目实施组织环节与要点 4. 掌握如何选择 CRM 产品方案 5. 掌握 CRM 项目的工作模式 6. 掌握 CRM 项目管理特点与主要内容 7. 掌握 CRM 的项目实施管理的相关问题	
学习内容	1CRM 系统实施概述 2CRM 项目实施方法 3CRM 项目实施模式 4CRM 项目管理 (1) 项目管理的一般意义 (2) CRM 的项目管理的特点 5 CRM 项目实施管理主要问题 思想问题 管理问题 技术问题	
教学模式	1. 问答 2. 案例分析 3. 分组讨论 4. 课后实训	
学习过程	1. 通过案例的导入，由浅入深地讲解 CRM 系统的实施、CRM 项目实施方法、CRM 项目实施模式、CRM 项目管理及 CRM 项目实施管理问题等内容	

	<p>1.1 讲授结合提问，了解学生对 CRM 系统实施及系统实施方法的理解程度；</p> <p>以上内容共需 4 学时，主要采用讲授、提问及案例分析的教学方式；</p> <p>2、通过结合案例讲授 CRM 项目实施模式、CRM 项目管理、CRM 项目实施管理的主要问题</p> <p>2.1 课堂案例分析，通过给出项目实施管理问题案例，学生根据案例进行讨论分析，最后教师进行总结点评；</p> <p>本部分内容共需 4 学时，主要采用讲授、案例分析及提问的教学方式；</p> <p>3、课后实训布置（根据某一企业 CRM 项目实施管理问题，制定 CRM 项目方案）</p> <p>此部分内容为课外实训</p>
教学条件	多媒体课室、教材，CRM 软件
学习评价	<p>（1）影响 CRM 项目实施效果；项目实施的方法；CRM 项目实施模式；项目管理及其主要问题；</p> <p>（2）学生的出勤、课堂问题回答积极性，案例分组讨论的积极性及协作性</p> <p>（3）课堂案例分析的条理性，理论知识理解运用于实际问题分析的能力</p> <p>（4）评价方式：</p> <p>过程性评价：主要有提问、分组讨论、课堂案例分析讨论</p> <p>终结性评价：课后实训报告</p>

五、课程考核建议

（一）考核方式

本课程考核采用平时考核与期末考查相结合的方式进行。平时考核主要采用考勤、实训、课堂讨论、课堂实操等形式。期末考查根据各专业情况采用闭卷考试。

（二）课程考核成绩评定

1. 基本思路：

学习过程考核和结果考核相结合，项目完成评分考核和期末综合考核相结合。

2. 课程设计的评分标准（共 100 分）

（1）学习过程考核 40%。其中：

- ①出勤 10%；
- ②课堂表现和项目完成情况 20%
- ③课后自主学习的进展，实训作业、案例分析表现 10%。

（2）期末综合考核 60%。

（3）本课程按百分制考查，60 分为合格。

六、学习资源建议

1、本标准制订所依据的教材和参考资料

- （1）客户关系管理【M】李海芹，北京：北京大学出版社 2013
- （2）客户关系管理【M】杨路明，重庆：重庆大学出版社 2007
- （3）客户关系管理【M】姚飞，北京：机械工业出版社 2014
- （4）客户关系管理：理念、技术与策略【M】苏朝晖，北京：机械工业出版社 2012

2、其他资源建议

本课程充分利用相关教辅材料、多媒体课件、客户关系实训软件、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站等信息资源，不断提高教学资源的种类及针对性。

七、编制依据

本标准依据《2019 电子商务专业人才培养方案》中对《客户关系管理》课程培养目标的要求制定。

汕头职业技术学院 课程标准

《物流信息管理系统》

适用专业：_____ 物流管理 _____

制作单位：_____ 电商物流教研室 _____

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组(人)	审定日期
0701891B	刘艳红	2019/04/28	刘毅嘉	2019/5/5		

《物流信息管理系统》课程标准

课程名称：物流信息管理系统

课程类型：专业限选课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：第四学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

《物流信息管理系统》是物流管理专业的限选课程，同时也是本专业的核心课程，是一门理论性和实践性并重的综合性课程。它结合物流发展新趋势，以工学结合、校企结合为指导，从物流活动的运输、仓储、配送等关键环节的典型工作任务入手，围绕物流信息的采集、传输、存储、处理过程中涉及的信息技术、管理理论、系统操作、系统设计和维护等应用能力构建理论和实践课程，培养学生应用信息技术理论知识解决物流实际问题的能力和技术水平。

（二）课程任务

通过本课程的学习，使学生能够理解能够理解物流信息系统的基本概念；学会使用物流信息技术，如条形码、RFID 和 EDI 等信息技术在物流领域的应用；重点掌握几种典型的物流管理信息系统的操作，如仓储管理系统、运输管理系统、配送管理系统、货代管理系统、快递管理系统等；学会物流信息需求分析、信息系统的开发、应用和维护等技能。

学习本课程后，学生应该能根据工作任务的要求，具备获取、分析处理、使用和展示物流信息的能力。根据物流企业对岗位专业能力的要求，本课程可为物流企业培养信息管理员、系统管理员、信息采集员、单证员、仓储管理员、运输管理员、配送管理员、快递业务员、电商物流运营专员、拣货员、采购员、理货

员、调度员、报关员、客户服务员、企业经营管理人员等岗位。

（三）课程衔接

本课程作为物流管理专业核心课，开设在第四学期。学生在此之前已经系统地学习《物流管理基础》、《企业物流管理》、《商品采购管理》、《计算机应用基础》、《Access 数据库》、《网页设计》和《统计学基础》等专业基础和实践技能课程，对所学专业基础理论和信息技术基础有了一定的了解和认识，已经掌握了相关物流管理概念、物流各业务流程以及信息技术理论。而本课程则要求学生在对各种典型的物流业务流程掌握的前提下，侧重于提高物流信息技术的应用、物流信息收集分析处理、物流业务综合运作以及职业素养等多方面技能。

本课程的并行和后续课程有《物流运输技术与实务》、《仓储管理实务》、《ERP 原理与应用》、《国际货运代理理论与实务》、《客户关系管理国际贸易单证处理实务》、《快递业务操作与管理》、《供应链管理》和《物流成本管理》等专业课程。

本课程是对前导基础课程的延伸和实践综合运用，同时又可以为后续第四、五、六学期的专业课程和企业顶岗实习作好铺垫，明白物流运作离不开物流信息管理的桥梁枢纽作用。

二、课程目标

通过本课程的学习，学生能够系统掌握物流信息技术的基础理论，能够从物流的运输、仓储、配送等各环节典型作业任务中分析信息流，掌握物流信息系统的操作思路和维护方法；具备将物流信息的采集、传输、处理过程中的各种信息技术应用在相应物流领域的能力；通过学生小组任务作业，培养团队合作精神，并学会统筹规划各项物流作业的实际操作和管理。

本课程的具体教学目标分为以下三个部分：

（一）基本知识教学目标

通过本课程的学习，使学生达到下列要求：

- 1.理解物流信息管理的基本概念；
- 2.掌握物流信息的采集、传输、存储、处理过程中的各种技术原理；
- 3.学会正确使用条形码、RFID 和 3S 等技术在采集物流信息；
- 4.学会正确使用 EDI、 计算机网络和移动互联网等技术传输物流信息；
- 5.学会正确使用数据库、大数据和云计算等技术存储和处理物流信息；

- 6.掌握自动订货系统 EOS 和销售时点 POS 信息系统的基本操作；
- 7.学会分析典型物流环节的信息流，并熟练操作仓储（WMS）、运输（TMS）、配送（DRP）、货运代理（FMS）及快递等管理信息系统；
- 8.较好地理解物流信息系统的开发、设计、运行和维护；
- 9.熟悉物流网、人工智能、系统仿真、VR/AR 和物流公共信息平台等新技术和方法在物流领域的应用。

物流管理信息系统是一门技术含量很高的课程，在该课程的学习过程中，要求学生在掌握一定理论的基础上，加强动手能力的锻炼。

（二）能力培养教学目标

- 1.培养学生熟悉物流信息管理的基本环节；
- 2.培养学生采集信息、处理数据和分析问题的能力，从而有效解决物流管理中的各类问题的能力；
- 3.培养学生软件操作的能力，并熟悉各种物流软件的业务流程；
- 4.引导学生认识自动化技术对物流行业产生的深远影响，培养学生利用物流技术创新来提高物流效率、降低物流成本的意识；
- 5.增强学生对物流新理论、新思想、新技术的接受和应用能力。

（三）素养要求目标

- 1.爱岗敬业、热爱祖国、树立正确的世界观和人生观；
- 2.具有责任心、事业心和法制观念，掌握物流行业发展趋势；
- 3.对网络信息意识的敏锐判断力，具有较高的信息技术素养；
- 4.善于表达沟通，并乐于团队合作。
- 5.具备整合资源的能力，适应环境，开拓创新。

三、课程设计

本课程以物流信息技术和物流信息系统的应用为载体，从物流岗位需求分析出发，将课程设计成 9 个典型的物流信息管理学习情境，见表 1；根据物流岗位工作任务要求，确定学习目标及学习任务内容。

本课程是一门理论与实践并重，工程性、综合性、方法性和实践性都很强的课程，适合采用“任务驱动、项目导向”的教学模式。在该教学模式下，学生独立完成项目任务，教师指导、答疑和解惑；通过一系列项目的实施，使学生把握每

一环节的基本要求并掌握其中的重难点。这种教学模式以学生为主体，以理论知识学习和物流信息技能实训相结合的方式组织教学及考核。本课程通过微课学习、课堂讲授和小组讨论等形式学习物流信息技术相关理论知识，并结合案例分析、情景模拟、软件操作、物流设备演示等实践环节，让学生学中做，做中学，循序渐进的掌握物流管理信息技能，提升专业素质。

本课程物流管理专业建议 4 学分，共 72 学时。

表 1 课程总体设计

课程名称	物流管理信息系统	计划总学时：72 学时
情境名称	情境描述	参考学时：
学习情境一	物流信息管理认识	4 学时
学习情境二	物流信息采集	12 学时
学习情境三	物流信息传输	8 学时
学习情境四	物流信息存储和处理	8 学时
学习情境五	物流管理信息系统中的自动化技术	8 学时
学习情境六	典型物流管理信息系统的应用	15 学时
学习情境七	物流管理信息系统的开发与维护	8 学时
学习情境八	物流信息化中的技术革新	6 学时
学习情境九	物流公共信息平台的应用	3 学时

四、课程内容与教学建议

本课程按物流信息管理基本概念的理解、物流信息技术的应用、典型物流管理信息系统的操作、物流信息系统的开发维护以及物流公共信息平台的利用等几个方面将课程内容设计为 9 个教学情境，具体课程内容及教学要求见表 2～表 10。

表 2 学习情境一设计

学习情境一：物流信息管理认识		学时：4
学习任务	1. 认识物理信息； 2. 认识物流管理信息系统； 3. 了解物流信息管理及相关技术。	
学习目标	知识目标： 1. 理解物流信息的概念、特征和功能； 2. 理解物流信息管理系统概念、功能和结构； 3. 了解物流信息管理的作用和发展历程 技能目标： 1. 能够自主查询中国物流信息化的现状； 2. 能够理解物流信息管理的基本内容； 职业素养目标： 1. 培养学生熟悉物流信息管理的基本环节； 2. 培养学生树立物流信息管理技术不断发展的理念。	
学习内容	1. 物流信息、物流管理信息系统和物流信息管理的概念和特征； 2. 物流信息管理的基本内容； 3. 掌握物流信息系统的组成结构及功能。	
教学模式	项目导向、任务驱动（项目教学、微课学习、案例教学、任务实施、综合实训）	
学习过程	1. 教师描述项目、解释任务要求，导入案例；（0.5 学时） 2. 学生通过二维码扫描进入微课（视频、文字）学习重点内容：物流信息的分类及功能；物流管理信息系统的结构、企业物流信息系统的应用等；（0.5 学时） 3. 教师在线或课堂答疑、补充、强调重要知识点，并配合练习题检测：物流信息概念及特征、物流信息管理内容及物流信息系统的组成和功能；（0.5 学时） 4. 教师示范，学生完成课堂任务实施和综合实训：（2 学时） （1）利用 Visio 软件绘制物流信息流向图； （2）查阅资料，分组讨论，撰写物流信息系统发展趋势报告； （3）利用 Excel 颜色管理法进行仓储信息管理； 5. 教师点评总结任务实施结果（0.5 学时）	
教学条件	物流实训机房、微软办公软件、智慧教学软件、互联网等。	
学习评价	评价项目： 1. 理解相关概念的含义、特征、内容、功能和组成结构等； 2. 会画出具体物流信息的流向图； 3. 学会查阅资料，分析讨论，完成物流信息系统发展趋势报告； 4. 实践仓储信息管理。 评价方式： 1. 过程性评价：提问在线抢答、在线小测试、分组讨论、课后习题、成果展示； 2. 终结性评价：机考—Visio、Excel 软件操作；在线测试—选择题、判断题等；评比—表单填写和发展趋势报告。	

表 3 学习情境二设计

学习情境二：物流信息采集		学时: 12
学习任务	1. 条码技术及其应用；2. RFID 技术及其应用； 3. 3S（GNSS、GIS、RS）技术及其应用。	
学习目标	知识目标：1. 掌握条码的概念、特点、种类和编码规则； 2. 了解 RFID 电子标签系统、优缺点及应用范围； 3. 了解 3S（GNSS、GIS、RS）技术的组成、工作原理及应用。 技能目标：1. 学会通过扫描商品条码知晓商品信息； 2. 能根据不同种类的编码原则进行编码； 3. 能够利用 3S（GNSS、GIS、RS）技术对运输车辆进行实时调度和动态跟踪； 职业素养目标：1. 培养学生快速准确地获取物流信息的能力； 2. 培养学生分析具体问题的基本能力，有效解决各类物流问题。	
学习内容	1. 条码的含义、特征、编码规则和分类； 2. RFID 系统组成、优缺点及应用； 3. 3S（GNSS、GIS、RS）系统组成、工作原理和应用	
教学模式	项目导向、任务驱动（项目教学、微课学习、案例教学、实训操作、任务实施、综合实训）	
学习过程	1. 教师描述项目、解释任务要求，导入案例；（0.5 学时） 2. 学生进入微课学习重点理论：条码编码规则、条码校验符计算、条码识读设备；RFID 技术及应用；北斗导航系统等；（1.5 学时） 3. 教师在线或课堂答疑、补充并强调重要知识点，并配合练习题检测：条码编码规则、物流条码的应用、RFID 工作原理；3S 技术的工作原理及应用；（2 学时） 4. 教师示范讲解，学生完成课堂任务实施和综合实训：（7 学时） （1）学会用条码软件制作各类物流条码； （2）学会利用条码设备完成商品信息采集； （3）现场参观，理解 RFID 在仓储管理中的应用； （4）资料分析，视频学习，撰写 3S 技术在物流领域应用报告。 5. 教师点评总结任务实施结果（1 学时）	
教学条件	物流实训机房、条码制作软件、条码扫描器、仓储 RFID 系统、导航软件、视频播放器、智慧教学软件、互联网等。	
学习评价	评价项目： 1. 条形码、RFID、3S 空间技术的系统组成和工作原理； 2. 物流条码的制作和物流条码信息的采集； 3. RFID 在物流领域的应用。 4. 3S 空间技术在物流领域的应用。 评价方式： 1. 过程性评价：提问抢答、在线小测试、分组讨论、课后习题、成果展示； 2. 终结性评价：机考—操作条码软件；在线测试—选择题、判断题等；实训操作—使用条码设备；评比—信息技术应用报告。	

表 4 学习情境三设计

学习情境三：物流信息传输		学时：8
学习任务	1. EDI 技术及其应用； 2. 计算机网络技术及其应用； 3. 移动互联网技术及其应用。	
学习目标	知识目标：1. 掌握 EDI 系统的构成及工作流程； 2. 掌握计算机网络的构成及种类； 3. 掌握移动互联网的定义和特点； 技能目标：1. 能熟练使用物流 EDI； 2. 能熟练使用计算机网络； 3. 能熟练使用移动互联网。 职业素养目标：1. 提升学生对新技术的学习和使用能力； 2. 培养学生的团队合作能力。	
学习内容	1. EDI 工作原理及应用； 2. 计算机网络构成、分类、拓扑结构和组建模式； 3. 移动互联网定义、特点、关键技术、应用及发展趋势。	
教学模式	项目导向、任务驱动（项目教学、微课学习、案例教学、提问答疑、分组讨论、任务实施、综合实训）	
学习过程	1. 教师描述项目、解释任务要求，导入案例；（0.5 学时） 2. 学生进入微课理论学习：EDI 的产生背景及发展；计算机网络的拓扑结构；移动互联的特点及在物流中的应用；（1 学时） 3. 教师在线或课堂答疑、补充并强调重要知识点，并配合练习题检测：EDI 的工作原理；计算机网络的组建模式、移动互联网的关键技术；（2 学时） 4. 教师示范讲解，学生完成课堂任务实施和综合实训：（4 学时） （1）访问相关网站，学习 EDI 技术基本知识，并利用 EDI 软件简单模拟 EDI 业务； （2）案例分析物流企业计算机网络技术应用情况； （3）使用相应 APP，分析外卖企业移动互联网技术应用情况。 5. 教师点评总结任务实施结果（0.5 学时）	
教学条件	物流实训机房、智能手机、EDI 软件、外卖 APP、智慧教学软件、互联网等。	
学习评价	评价项目： 1. EDI、计算机网络和移动互联网的基本知识； 2. 使用 EDI 软件的模拟物流业务； 3. 分析讨论物流企业计算机网络技术的应用。 4. 通过使用相关 APP 分析企业移动互联网技术的应用状况。 评价方式： 1. 过程性评价：提问抢答、在线小测试、分组讨论、案例分析、课后习题、成果展示； 2. 终结性评价：机考—EDI 软件操作模拟；在线测试—选择题、判断题等；评比—计算机网络技术应用和移动互联网技术应用分析。	

表 5 学习情境四设计

学习情境四：物流信息存储和处理		学时：8
学习任务	1. 数据库技术及其应用； 2. 物流大数据技术及其应用； 3. 物流云计算技术及其应用。	
学习目标	知识目标：1. 掌握数据库的定义及特点； 2. 掌握数据库的定义和特征； 3. 掌握云计算技术的定义和特点； 技能目标：1. 掌握常见数据库的使用方法； 2. 掌握大数据技术的使用方法； 3. 掌握云计算技术的使用方法。 职业素养目标： 1. 提升学生对新技术的学习能力和使用能力； 2. 培养学生的团队合作能力。	
学习内容	1. 数据库概念、数据模型、常用数据库、数据库技术的应用； 2. 大数据定义、特征和关键技术、物流大数据应用； 3. 云计算定义、特点和关键技术、云计算应用、云物流。	
教学模式	项目导向、任务驱动（项目教学、微课学习、案例教学、提问答疑、分组讨论、任务实施、综合实训）	
学习过程	1. 教师描述项目、解释任务要求，导入案例；（0.5 学时） 2. 学生进入微课理论学习：数据库定义和特点、数据库模型；物流大数据技术的应用；物流云计算的演化和服务层次；（1 学时） 3. 教师在线或课堂答疑、补充并强调重要知识点，并配合练习题检测：数据库系统和数据库模型；大数据定义、特征及关键技术；云计算定义、特征、关键技术和云物流；（2 学时） 4. 教师示范讲解，学生完成课堂任务实施和综合实训：（4 学时） （1）画出仓库物流管理 E-R 图，并使用 Access 软件创建一个物流管理数据库； （2）试用顺丰数据灯塔、菜鸟物流数据平台和京东云数据平台； （3）访问阿里云网站，学习云计算和大数据的基础知识等。 5. 教师点评总结任务实施结果（0.5 学时）	
教学条件	物流实训机房、智慧教学软件、智能手机、互联网等。	
学习评价	评价项目： 1. 数据库技术、大数据技术和云计算的基本知识； 2. 正确画出实体 E-R 图，并且会创建相应数据库； 3. 相关物流数据平台的试用报告； 4. 阿里云的体验和学习报告。 评价方式： 1. 过程性评价：提问抢答、在线小测试、分组讨论、案例分析、课后习题、成果展示； 2. 终结性评价：机考—绘制 E-R 图，创建 Access 数据库；在线测试—选择题、判断题等；评比答辩—物流数据平台的试用报告和阿里云的学习报告。	

表 6 学习情境五设计

学习情境五：物流管理信息系统中的自动化技术		学时：8
学习任务	1. 自动仓储系统；2. 自动分拣系统；3. 自动订货系统。	
学习目标	<p>知识目标：1. 了解三种自动化系统的特点和组成； 2. 了解自动化技术在物流中的应用； 3. 掌握自动化系统选用的原则； 4. 了解自动化技术的发展新动态。</p> <p>技能目标：1. 掌握自动化仓储系统的出入库基本操作； 2. 掌握自动分拣系统的操作方法； 3. 掌握自动订货系统和销售点信息系统的基本操作。</p> <p>职业素养目标： 1. 培养学生利用技术创新来提高物流效率、降低成本的意思； 2. 增强学生对新理念、新思想、新技术的接受和应用能力； 3. 培养学生利用自动化、智能化技术解决物流问题的意识。</p>	
学习内容	<p>1. 自动仓储系统的组成、优势及不足、功能演化和发展趋势； 2. 自动分拣系统的定义、组成、特点、优势及不足； 3. 自动订货系统定义、作用、应用、类型、操作流程。</p>	
教学模式	项目导向、任务驱动（项目教学、微课学习、案例教学、提问答疑、分组讨论、任务实施、综合实训）	
学习过程	<p>1. 教师描述项目、解释任务要求，导入案例；（0.5 学时） 2. 学生进入微课理论学习：自动仓储系统及其优缺点；自动分拣系统特点；（0.5 学时） 3. 教师在线或课堂答疑、补充并强调重要知识点，并配合练习题检测：自动仓储系统功能演化及发展趋势；自动分拣系统组成和优缺点；EOS 系统的应用、类型和操作流程；（2 学时） 4. 教师示范讲解，学生完成课堂任务实施和综合实训：（4 学时） （1）利用实训室仓储设备模拟自动仓库货物的出入库作业； （2）利用实训室分拣设备演示组成结构，并模拟自动分拣任务； （3）操作零售 POS 销售时点系统和利用 EOS 系统模拟订货作业。 5. 教师点评总结任务实施结果（1 学时）</p>	
教学条件	物流实训室（仓储设备和分拣设备）、物流机房、POS 系统软件、EOS 系统软件、智能手机、智慧教学软件、互联网等。	
学习评价	<p>评价项目： 1. 三种自动系统的基本知识； 2. 使用已有仓储设备模拟自动化出入库作业； 3. 使用已有分拣设备模拟自动分拣任务； 4. 操作零售 POS 系统，并利用 EOS 系统模拟自动订货作业。</p> <p>过程性评价： 1. 提问抢答、在线小测试、分组讨论、案例分析、课后习题、成果展示； 2. 终结性评价：机考—POS 软件操作；在线测试—选择题、判断题等；设备操作—自动化仓储作业和自动分拣作业模拟</p>	

表7 学习情境六设计

学习情境六：典型物流管理信息系统的应用		学时: 15
学习任务	1. 仓储管理系统（WMS）应用；2. 运输管理系统（TMS）应用； 3. 配送需求计划（DRP）应用； 4. 企业资源计划（ERP）应用； 5. 快递管理信息系统应用。	
学习目标	知识目标： 1. 掌握 WMS、TMS 和 DRP 的概念和功能模块； 2. 掌握 ERP 管理信息系统的概念和功能模块； 3. 掌握快递管理信息系统的概念和功能模块； 技能目标： 1. 了解 WMS、TMS 和 DRP 的功能、系统模块和使用； 2. 了解 ERP 管理信息系统的功能和系统模块和使用； 3. 了解快递管理信息系统的功能和系统模块和使用； 职业素养目标： 1. 培养学生物流软件操作的能力，并熟悉各种物流业务流程； 2. 培养学生利用先进物流技术分析解决具体问题的基本能力。	
学习内容	1. WMS、TMS 和 DRP 的概念、功能模块和系统优缺点； 2. ERP 管理信息系统的概念、功能模块和系统优缺点； 3. 快递管理信息系统的概念、功能模块和系统优缺点。	
教学模式	项目导向、任务驱动（项目教学、微课学习、案例教学、提问答疑、分组讨论、任务实施、综合实训）	
学习过程	1. 教师描述项目、解释任务要求，导入案例；（0.5 学时） 2. 学生进入微课理论学习：WMS、TMS 和 DRP 操作演示（1 学时） 3. 教师在线或课堂答疑、补充并强调重要知识点，并配合练习题检测：WMS、TMS、DRP、ERP 和快递管理信息系统的概念、功能模块和系统优缺点（2 学时） 4. 教师示范讲解，学生完成课堂任务实施和综合实训：（9 学时） （1）WMS、TMS、DRP 和 ERP 软件的操作； （2）快递管理信息系统软件的操作； （3）利用 WMS、TMS 和 DRP 软件综合管理物流作业信息。 5. 教师点评总结任务实施结果（0.5 学时）	
教学条件	物流实训机房、WMS 软件、TMS 软件、DRP 软件、ERP 软件、快递信息管理软件、智慧教学软件、互联网等。	
学习评价	评价项目： 1. WMS、TMS 和 DRP 软件的操作； 2. ERP 软件和快递管理信息系统软件的操作； 3. 利用 WMS、TMS 和 DRP 软件综合管理物流作业信息的操作。 评价方式： 1. 过程性评价：提问抢答、在线小测试、分组讨论、案例分析、课后习题、成果展示； 2. 终结性评价：机考—WMS、TMS、DRP、ERP 和快递管理软件的操作及其综合应用；在线测试—选择题、判断题等。	

表 8 学习情境七设计

学习情境七：物流管理信息系统（LIMS）的开发与维护		学时：8
学习任务	1. LIMS 的开发； 2. LIMS 的需求分析； 3. LIMS 的规划与设计； 4. LIMS 的实施与维护。	
学习目标	知识目标： 1.掌握 LIMS 的开发方式和开发方法； 2.掌握 LIMS 需求分析的内容； 3.了解 LIMS 规划的内容和方法； 4.了解 LIMS 维护的类型和步骤。 技能目标： 1.能够根据具体情况，选择合适物流软硬件供应商，开发 LIMS； 2.能够进行 LIMS 需求分析。 职业素养目标：1.培养学生构筑 LIMS 的能力。	
学习内容	1. LIMS 开发原则、方式、方法、过程； 2. LIMS 需求分析过程和内容； 3. LIMS 规划内容、规划方法和设计任务； 4. LIMS 实施内容、维护类型和维护步骤。	
教学模式	项目导向、任务驱动（项目教学、微课学习、案例教学、提问答疑、分组讨论、任务实施、综合实训）	
学习过程	1.教师描述项目、解释任务要求，导入案例；(0.5 学时) 2.学生扫描二维码进入微课理论学习：LIMS 开发方法和方式；LIMS 规划方法及应用；(1 学时) 3.教师在线或课堂答疑、补充并强调重要知识点，并配合练习题检测：LIMS 开发原则和过程、需求分析、实施和维护；(2 学时) 4.教师示范讲解，学生完成课堂任务实施和综合实训：(4 学时) (1)针对某物流企业选择合适 LIMS 软件开发公司和开发方法； (2)针对某物流企业进行分析需求分析； (3)针对上述物流企业进行分析系统设计。 (4)通过案例，分析某企业的 LIMS 的整个开发过程。 5.教师点评总结任务实施结果 (0.5 学时)	
教学条件	物流实训机房、Visio 软件、智慧教学软件、互联网等。	
学习评价	评价项目： 1. LIMS 的开发、需求分析、规划设计和实施维护的基本知识； 2.企业物流信息系统开发案例分析； 3.企业物流管理信息系统需求分析。 4.企业物流信息系统规划设计和实施维护方案： 评价方法： 1.过程性评价：提问抢答、在线小测试、分组讨论、案例分析、课后习题、成果展示； 2.终结性评价：机考—Visio 软件绘制需求分析图；在线测试—选择题、判断题等；评比答辩—LIMS 开发、需求分析、规划设计和实施维护的分析设计报告。	

表9 学习情境八设计

学习情境八：物流信息化中的技术革新		学时: 6
学习任务	1. 电子商务在物流信息化中的应用; 2. 物流网在物流信息化中的应用; 3. 人工智能和计算机仿真及其应用; 4. VR/AR 技术及其应用。	
学习目标	知识目标: 1. 了解电子商务物流的概念; 2. 了解物联网的概念; 3. 了解人工智能和计算机仿真的概念; 4. 了解 VR/AR 等新技术在物流业中的应用。 技能目标: 1. 能够根据企业具体情况, 选择合适的物流新技术; 2. 能够对物流网络及其设备进行维护、管理、故障排除。 职业素养目标: 1. 培养学生对物流新技术应用的能力。	
学习内容	1. 电子商务物流的概念、特点和模式; 2. 物联网概念、特征和应用; 3. 计算机仿真的概念、发展和应用; 4. VR/AR 技术的概念、特征和应用。	
教学模式	项目导向、任务驱动 (项目教学、微课学习、案例教学、提问答疑、分组讨论、任务实施、综合实训)	
学习过程	1. 教师描述项目、解释任务要求, 导入案例; (0.5 学时) 2. 学生扫描二维码进入微课理论学习: 电商物流行业标准; 物联网的起源与发展及其物流应用; 人工智能发展简史及其物流应用; 计算机仿真研究及应用; VR/AR 技术及应用; (1 学时) 3. 教师在线或课堂答疑、补充并强调重要知识点, 并配合练习题检测: 电商物流模式; 物联网概念和特征; VR/AR 在物流中的应用; (2 学时) 4. 教师示范讲解, 学生完成课堂任务实施和综合实训: (3 学时) (1) 登录京东商城, 分析其电子商务物流模式; (2) 小组合作, 网上调研典型物流企业, 分析物联网、人工智能、计算机仿真和 VR/AR 等新技术在物流业的应用状况; 5. 教师点评总结任务实施结果 (1 学时)	
教学条件	物流实训机房、视频播放器、VR/AR 眼镜、智慧教学软件、智能手机、互联网等。	
学习评价	评价项目: 1. 电子商务物流、物联网、人工智能、计算机仿真和 VR/AR 等新技术的基本知识; 2. 某企业电子商务物流模式分析报告; 3. 网络调研电子商务物流、物联网、人工智能、计算机仿真和 VR/AR 等新技术在物流领域应用状况的分析报告。 评价方式: 1. 过程性评价: 提问抢答、在线小测试、小组合作讨论、案例分析、课后习题、成果展示; 2. 终结性评价: 实训操作—VR/AR 眼镜体验; 在线测试—选择题、判断题等; 答辩评比—上述物流新技术的应用分析报告。	

表 10 学习情境九设计

学习情境九：物流公共信息平台的应用		学时：3
学习任务	1. 认识物流公共信息平台； 2. 物流公共信息平台的建设； 3. 中国物流公共信息平台的应用与发展。	
学习目标	知识目标： 1. 掌握物流公共信息平台的概念和组成； 2. 了解物流公共信息平台的功能和分类； 3. 了解物流公共信息平台规划建设的方法和步骤； 4. 了解物流公共信息平台的发展现状和存在的问题。 技能目标： 1. 掌握利用物流公共信息平台查询信息的方法和步骤； 2. 能够利用物流公共信息平台发布和查询物流服务； 3. 掌握物流公共信息平台建设规划的基本方法。 职业素养目标： 1. 培养学生利用互联网收集和发布信息的能力； 2. 引导学生关注物流公共信息平台建设的相关政策和方案； 3. 培养学生依托公共物流信息平台开展物流业务的能力。	
学习内容	1. 物流公共信息平台定义、分类、功能和典型平台； 2. 物流公共信息平台建设原则、关键技术和功能设计； 3. 物流公共信息平台的应用、存在问题和发展方向。	
教学模式	项目导向、任务驱动（项目教学、微课学习、案例教学、提问答疑、分组讨论、任务实施、综合实训）	
学习过程	1. 教师描述项目、解释任务要求，导入案例；（0.5 学时） 2. 学生进入微课理论学习：国家物流信息平台介绍；中国物流信息平台现状；物流信息平台具体应用；（0.5 学时） 3. 教师答疑、补充并强调重要知识点，并配合练习题检测：物流信息平台功能、关键技术、功能设计和内容；（0.5 学时） 4. 教师示范讲解，学生完成课堂任务实施和综合实训：（1 学时） （1）调研某区域型物流公共信息平台，分析该平台的功能结构和建设不足之处，尝试为未来建设提供思路。 5. 教师点评总结任务实施结果（0.5 学时）	
教学条件	物流实训机房、智慧教学软件、智能手机、互联网等。	
学习评价	评价项目： 1. 物流公共信息平台的基本知识； 2. 对区域物流公共信息平台的调研分析。 评价方式： 1. 过程性评价：提问抢答、在线小测试、分组讨论、案例分析、课后习题、成果展示； 2. 终结性评价：在线测试—选择题、判断题等；答辩评比—典型物流公共信息平台的调研分析报告。	

五、课程考核建议

本课程的特征是实践性和理论性并重的一门学科，根据物流信息管理员岗位任务要求，考核偏重实践操作和小组项目合作，采取过程性考核和终结性考核相结合的方式；采用多维评价体系，全面评价学生的学习效果，并给出必要的反馈意见。考核结果采用人性化的打分方式，以发现问题、分析问题、解决问题为主，提高学生学习的积极性、创新性和团队合作精神。具体考核方式和考核标准如下：

1.考核方式

过程性考核×60%+ 终结性考核×40% = 最终成绩 100%

过程性考核 (40%)：学习态度、出勤情况 (5%)+ 课堂发言、头脑风暴、讨论答疑 (15%)+ 线上教学资源学习 (5%)+ 课堂、课后作业任务 (15%)

终结性考核 (60%)：期末考试卷面 (10%) + 实训操作 (30%) + 项目小组评分 (20%)

其中，闭卷考试题型主要有选择题、判断题、问答题和案例分析等；实训操作包括物流硬件设备操作和物流软件上机操作；项目小组评分包括小组互评 (20%)、组间互评 (30%) 和教师评分 (50%)。

2.考核标准

本课程的考核标准参照物流行业职业能力和物流信息管理员岗位要求制定。

学习态度、出勤情况 (5%)：学习主动态度、课后复习态度、在线资源学习态度以及出勤情况；

课堂发言、头脑风暴、讨论答疑 (15%)：发言主动性、发言创新性、回答质量和主动答疑；

课堂、课后作业 (15%)：课个人作业及小组作业的完成质量；

项目小组评分 (20%)：以小组为单位，各组员在小组任务中的贡献；

终结性考核 (60%)：期末考试、实训操作和项目分析报告的评分标准。

六、学习资源建议

1.教材：

《物流信息管理》，李兴志、张龙主编，哈尔滨工业大学出版社，2018.8

2.参考书：

《物流信息管理》，都国雄主编，高等教育出版社，2014.8 (第二版)

《物流信息管理》，黄惠良、钱钢主编，中国传媒大学出版社，2014.7

3.网络资源

(1) 专业相关网址

华夏沃米：www.hxwomi.com (教材配套教学资源)

维码时代：<http://www.tiaoma.com.cn> (条码网站)

宁波港口 EDI 中心：<http://www.npedi.com/ediportal-web/ediweb/about.jsp>

顺丰数据灯塔：<https://dengta.sf-express.com/>

阿里云：www.aliyun.com

(2) 免费物流小软件

商店管家收银软件；宁波港 EDI 软件；FREE 仓储管理系统；货运运输管理系统；ee 动力公路运输管理系统；物流配送系统 2.0；七加三 ERP 软件；永邦 C5-Enterprise ERP 系统；Max5 快递管理系统；快递管理信息系统 4.0。

(3) 专业相关公众号

中国物流与采购联合会；物流时代周刊；物流指闻；仓储社区；运联传媒；物流沙龙；供应链管理专栏；电子商务研究中心；物流研习社。

七、编制依据

该课程标准是依据《物流业发展中长期规划 (2014-2020)》、《高等职业专业教学标准》(2018) 中物流专业教学标准以及物流管理专业人才培养方案编制。

八、其他说明

- 1.对于学习情境中的任务，教师可以根据实际教学条件进行取舍变动。
- 2.拓展性知识用于拓展学生视野，提高学习兴趣，可不作考核要求。

汕头职业技术学院 课程标准

《网络营销》

适用专业： 电子商务专业

编制单位： 电子商务物流教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0701811	谢海云	2019 04				

《网络营销》课程标准

课程名称：网络营销

课程类型：专业核心课

学时学分：4 学时

开设学期：第三学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是电子商务专业的专业核心课程，为必修课程。

（二）课程任务

本课程的主要任务是以就业为导向，服务于专业培养目标和定位；以岗位能力培养为核心，以理论与实践结合为手段 使学生在掌握网络营销基本知识、基本手段的基础上，切实掌握网络营销环境、网络营销的市场分析、网络营销策略组合、网站的建设、社交媒体营销、搜索引擎营销、电子邮件营销、网店营销和网络整合营销等内容，培养学生在网络营销活动中的运用和实践能力，提高学生的分析问题和解决问题的能力，从而搭建起网络营销工作的整体框架，为以后的专业学习打下良好基础。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有经济学基础、电子商务概论、物流管理基础等；后续课程有跨境电子商务、网上支付与结算、程序设计等相关课程。

二、课程目标

1、专业能力目标

- 1 树立正确的网络市场营销观念；

- 2 掌握网络营销的基本概念 基本原理与基本方法;
- 3 准确的收集与分析网络市场信息、发现网络市场的营销机会;
- 4 熟悉并掌握网络营销的推广手段和工具;
- 5 能制定完整的网络营销活动方案的策划和制定。

2、方法能力目标

- 1 通过分析网络营销案例，培养良好的分析判断、逻辑推理能力，逐步形成科学的营销思维;
- 2 通过不断学习和实践 培养营销创新思维
- 3 开拓创新的精神和严谨的工作作风;
- 4 理论联系实际 把理论学习融入实际企业实践中 提高创造性解决问题的能力。

3、社会能力目标

- 1 具有较强的语言表达与沟通能力、适应能力、团队合作和协调能力;
- 2 恪守市场营销职业道德规范 初步养成网络营销的职业意识和综合素质
- 3 具备良好的网络营销意识，有持续学习的能力
- 4 具有严谨务实的工作作风和主动、热情、耐心的服务意识。

三、课程设计

网络营销课程的设计理念是：以就业为导向，服务于专业培养目标和定位；以岗位能力培养为核心，以理论与实践结合为手段 选取符合网络营销职场所要求的网络营销知识、素质和能力为教学内容，培养学生掌握网络营销的基本理论和方法。结合高职实际情况，网络营销课程教学在帮助学生理解理论知识的同时，

让学生参与实践，获得感性认识，在积累实践经验的基础上提升理论积淀，加深对理论知识的理解。在实操中培养他们分析问题和解决问题的能力。

本课程的总体设计思路是：依照电子商务及网络营销岗位能力、网络营销工作流程为主线组织课程内容，让学生在网络营销活动的具体项目过程中学会完成相应的工作任务，并掌握相关的网络营销理论知识与职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，主要构建了以十大项目为主的模块即：认识网络营销、网络营销环境及市场分析、网络营销策略组合、网站的建设、社交媒体营销、搜索引擎营销、网络广告营销、网店营销及网络整合营销。

表 1 课程总体设计

课程名称	网络营销	计划总学时：72
项目名称	项目描述	参考学时
认识网络营销	<ul style="list-style-type: none"> • 学习网络营销的基础知识 • 认知企业网络营销工作 	6
网络营销环境及市场分析	<ul style="list-style-type: none"> • 认识网络营销环境 • 基本能够运用 进行网络环境分析 • 网络市场细分 • 网络目标市场的选择 • 网络市场定位 	6
网络营销组合策略	<ul style="list-style-type: none"> • 学会制定网络营销 4 策略 • 掌握产品五层次和生命周期原理 • 掌握定价的五种策略及网店定价规则 • 掌握网络促销组合及其优缺点 	6
网站的建设	<ul style="list-style-type: none"> • 网站的功能、内容及形式 • 网站的价值及作用 • 网站的建设及要考虑的问题 	6
搜索引擎营销	<ul style="list-style-type: none"> • 搜索引擎营销的含义和分类 • 搜索引擎营销的策略 • 掌握搜索引擎优化的含义以及策略 	6

社 交 媒 体 营 销	<ul style="list-style-type: none"> • 软文营销的含义 • 软文营销策略的运用 • 认识微信营销、微博营销以及博客营销的含义及其价值 • 社会媒体营销需要遵循的原则 • 社会媒体营销的方法与技巧 	14
电 子 邮 件 营 销	<ul style="list-style-type: none"> • 认识电子邮件营销 • 掌握实施电子邮件营销的三大基础条件 • 掌握电子邮件营销的策略 	4
网 络 广 告 营 销	<ul style="list-style-type: none"> • 网络广告的特点 • 网络广告的技巧和策略 • 策划网络广告营销活动 • 对网络广告营销效果进行评估 	8
网 店 营 销	<ul style="list-style-type: none"> • 网上开店的作用与好处 • 网上开店前要做的准备以及方法 • 网店推广策略 	8
网 络 整 合 营 销	<ul style="list-style-type: none"> • 掌握网络整合营销基本概念和要点 • 了解如何根据企业的需求和特点设计企业网络营销计划 • 了解网络营销的实施及管理 	8

四、课程内容与教学建议

学习情境项目一： 认识网络营销		学时：6
学习任务	1 学习网络营销的基础知识 2 认知企业网络营销工作过程	
学习目标	1 能理解网络营销的概念； 2. 准确认知企业网络营销工作； 3. 了解网络营销的历史发展	
学习内容	1 网络营销含义	

	2 网络营销与传统营销的比较 3 企业网络营销工作内容 4 网络营销的历史发展
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	采用案例分析，小组讨论进行互动学习。在课程设置上力求在培养学生在网络营销的实际动手和实务操作上加大力度。实训内容为常用网络营销工具及其信息传递特征
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	评价项目： 1 理解网络营销的概念和含义 2 辨别电商企业营销相关的岗位职责和任职要求 3 根据自己兴趣爱好和市场需求，制定出未来的职场规划 评价方式： 1 提问或者互动讨论主动性占 20 2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30 3 实训操作（操作规范，熟练地完成各个项目的任务）占 50

学习情境项目二：网络营销环境及市场分析		学时：6
学习任务	1 认识网络营销环境 2 基本能够运用 进行网络环境分析 3 理解网络市场细分的定义 4 运用网络目标市场的选择 5 掌握网络市场定位的方法和策略	
学习目标	1 认识网络市场营销信息的重要性； 2 了解网络营销的宏观环境和微观环境	

	3 基本能够运用 进行网络营销环境分析 4 认识网络营销的市场细分 5 掌握网络营销目标市场的选择 6 基本掌握网络营销市场的定位方法
学习内容	1. 企业网络宏观环境 （1）人口环境 （2）经济环境 （3）自然环境 （4）科技环境 （5）政治和法律环境 （6）社会文化环境 2. 企业网络微观环境 （1）企业内部的力量 （2）各类资源的供应者和各类营销中介 （3）顾客 （4）企业竞争者 （5）公 众 3 分析 4. 网络市场细分的概念和作用 5. 网络细分消费者市场的依据 （1）地理细分 （2）人口细分 （3）心理细分 （4）行为细分 6. 进行有效的网络市场细分 7. 明确网络目标市场 8. 制定网络市场定位方法和策略
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	采用案例分析，小组讨论进行互动学习。在课程设置上力求在培

	养学生在网络营销的实际动手和实务操作上加大力度。
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	<p>评价项目：</p> <p>1 获取网络营销环境的观察能力</p> <p>2 对网络宏观环境、微观环境有较高的观察力、领悟力</p> <p>3 掌握对网络市场细分的能力</p> <p>评价方式：</p> <p>1 提问或者互动讨论主动性占 20</p> <p>2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30</p> <p>3 实训操作（操作规范，熟练地完成各个项目的任务）占 50</p>

学习情境项目三：网络营销组合策略		学时：6
学习任务	<p>1 学会制定网络营销 4 策略</p> <p>2 掌握产品五层次和生命周期原理</p> <p>3 掌握定价的五种策略及网店定价规则</p> <p>4 掌握网络促销组合及其优缺点</p>	
学习目标	<p>1 掌握整体网络产品组合的概念和网络产品组合策略、网络产品市场生命周期理论以及网络新产品开发理论</p> <p>2 掌握并运用网络营销定价的目标以及掌握网络营销定价的基本策略；</p> <p>3 掌握网络分销渠道的基本策略以及网络分销渠道模式；</p> <p>4 理解与掌握网络促销策略组合的内容；</p>	
学习内容	<p>一、网络营销产品策略</p> <p>1. 认识网络营销产品的整体概念</p> <p>2. 了解网络营销产品的特点</p> <p>3. 核心产品定位</p> <p>二、网络营销价格策略</p>	

	1 认识网络营销价格的特点 2 网络营销定价技巧 3 网络报价技巧 三、网络营销渠道的构建 1 网络营销渠道的特点 2 网络营销渠道模式 四、网络促销策略 1 网络促销的概念、特点和作用 2 网络营销促销与传统营销促销的区别 3 网络促销方案的制订
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	采用案例分析，小组讨论进行互动学习。在课程设置上力求在培养学生网络营销的实际动手和实务操作上加大力度。实训内容为运用网络营销组合策略为企业编写网络营销组合策划方案。
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	评价项目： 1 掌握整体网络产品组合的概念和网络产品组合策略 2 掌握网络营销定价的基本策略； 3 掌握网络分销渠道模式； 4 理解与掌握网络促销策略组合的内容； 5 获取营销创造性思维能力 评价方式： 1 提问或者互动讨论主动性占 20 2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30 3 网络 4 方案策划占 50

学习情境项目四：网站的建设	学时：6
---------------	------

学习任务	1 网站的功能、内容及形式 2 网站的价值及作用 3 网站的建设及要考虑的问题
学习目标	1 掌握网站的功能、网站的内容以及形式 2 掌握网络分销渠道的基本策略以及网络分销渠道模式； 3 分析企业网站要考虑的问题 4 掌握网站优化的流程以及网站优化的注意事项
学习内容	1 网站的功能、内容及形式 2 网站的价值及作用 3 网站的建设以及遵循的一般原则 4 网站优化 5 网站设计必须注意的问题
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	采用案例分析，小组讨论进行互动学习。在课程设置上力求在培养学生在网络营销的实际动手和实务操作上加大力度。布置学生以团队形式策划并编写网站策划推广方案，以学生自己动手操作为主，同时培养学生合作精神。
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	评价项目： 1、运用网站推广的策略：对网站的营销定位与目标分析，选择关键词、评估 服务商、注册域名、网站结构优化、页面优化、浏览统计、排名、关键词； 2、制定网站营销推广计划：关键字计划、网络广告、信息发布； 3、在 2 网站上发布信息或进行企业注册；在新闻组和论坛上发布网站； 评价方式： 1 提问或者互动讨论主动性占 20 2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占

	30
	3 网站策划推广方案占 50

学习情境项目五：搜索引擎营销		学时：6
学习任务	1 搜索引擎营销的含义和分类 2 搜索引擎营销的策略 3 掌握搜索引擎优化的含义以及策略	
学习目标	1 熟悉掌握搜索引擎营销的含义和分类 2 了解搜索引擎对网络营销的作用 3 了解搜索引擎的工作原理 4 掌握搜索引擎优化的含义以及策略	
学习内容	1 搜索引擎营销的含义和分类 2 搜索引擎对网络营销的作用 3 搜索引擎的工作原理 4 搜索引擎优化的含义 5 搜索引擎优化的策略	
教学模式	行动导向（项目教学）	
学习过程	根据搜索引擎排名原理，并跟随搜索引擎的发展及变化，即时调整课程的内容设置，让课程与搜索引擎共同完善。实践环节课程又分为实践操作演示课和实践操作实训课两部分。同时结合采用案例分析，小组讨论进行互动学习。在实训设置上力求在培养学生在网络营销的实际动手和实务操作上加大力度。	
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室	
学习评价	评价项目： 1 掌握搜索引擎的使用方法； 2 掌握参与竞价排名和投放关键词广告的方法； 3 掌握测试搜索引擎营销效果的方法 4 运用搜索引擎营销知识提高企业的网站曝光量和点击量	

	<p>评价方式：</p> <p>1 提问或者互动讨论主动性占 20</p> <p>2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30</p> <p>3 课堂实训占 50</p>
--	--

学习情境项目六：社交媒体营销		学时：14
学习任务	<p>1 软文营销的含义</p> <p>2 软文营销策略的运用</p> <p>3 认识微信营销、微博营销以及博客营销的含义及其价值</p> <p>4 社交媒体营销需要遵循的原则</p> <p>5 社交媒体营销的方法与技巧</p> <p>6 熟悉微信内置的四种商业模块</p> <p>7 利用排版工作制作软文文案</p>	
学习目标	<p>1 熟悉软文营销的含义</p> <p>2 掌握软文营销策略</p> <p>3 掌握微博文案撰写基本要求</p> <p>4 掌握微博营销与微信营销的区别</p> <p>5 掌握微信公众号的基础设置</p> <p>6 掌握博客营销的策略</p>	
学习内容	<p>1 软文营销的含义</p> <p>2 软文营销的优点</p> <p>3 软文营销写作的基本要素</p> <p>4 软文营销的策略</p> <p>5 微博文案撰写基本要求</p> <p>6 掌握微信公众号的基础设置</p> <p>7 博客营销的含义</p> <p>8 博客的营销价值</p>	

	9 博客营销需要遵循的原则 10 推广企业博客的方法与技巧 11 掌握博客营销的策略
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	采用案例分析，小组讨论，网络教学平台模拟训练等相结合，在实训设置上力求在培养学生在网络营销的实际动手和实务操作上加大力度。实训内容分别为运用软文营销基础知识进行软文文案写作并进行微博营销以及完成微信公众号的注册和设置。
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	评价项目： 1 掌握软文写作方法与技巧 2 微博文案的撰写技巧 3 利用排版工作制作软文文案 4 微信公众号的设置 评价方式： 1 提问或者互动讨论主动性占 20 2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30 3 课堂实训及课后作业（分别为运用软文营销基础知识进行软文文案写作并进行微博营销以及完成微信公众号的注册和设置）占 50

学习情境项目七：电子邮件营销		学时：4
学习任务	1 认识电子邮件营销 2 掌握实施电子邮件营销的三大基础条件 3 掌握电子邮件营销的策略 4 掌握企业应如何避免产生垃圾邮件 5 企业电子邮件群发实务	
学习目标	1 认识电子邮件营销	

	2 掌握电子邮件营销的策略
学习内容	1 电子邮件营销的含义 2 电子邮件营销与垃圾邮件的区别 3 电子邮件营销的优点与作用 4 掌握实施电子邮件营销的三大基础条件 5 掌握电子邮件营销的策略
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	案例分析，提问式问答讨论等方法进行互动学习。在实训设置上力求在培养学生在网络营销的实际动手和实务操作上加大力度。
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	评价项目： 1 掌握实施电子邮件营销的三大基础条件 2 掌握电子邮件营销的策略 3 掌握企业应如何避免产生垃圾邮件 4 企业电子邮件群发实务 评价方式： 1 提问或者互动讨论主动性占 20 2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30 3 课堂实训占 50

学习情境项目八：网络广告营销		学时：8
学习任务	1 网络广告的特点 2 网络广告的技巧和策略 3 策划网络广告营销活动 4 对网络广告营销效果进行评估	
学习目标	1 了解网络广告的特点，沟通模式，形式，优劣势； 2 掌握网络广告的发布途径及具体操作过程；	

	3 了解网络广告的技巧和策略； 4 了解网络广告策划实施和管理
学习内容	1 了解网络广告的基本形式； 2 学习网络广告发布的途径：登录网站主页；查看专类销售网；加入黄页和企业名录；订阅网上报纸或杂志；新闻组、友情链接；使用电子邮件和列表发布广告； 3 掌握网络广告发布机制与运作流程，学会制作简单的网络广告； 4 进行网络广告的发布工作，并通过网络浏览发布后的效果。
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	以案例入手阐述网络广告的优势、特点及沟通模式，通过实训让学生了解网络广告的类型及策略，通过课后策划网络广告使学生掌握网络广告的实施及管理。
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	评价项目： 1 掌握网络广告的概念和网络广告的类型 2 对网络广告营销效果进行有效评估 评价方式： 1 提问或者互动讨论主动性占 20 2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30 3 课堂实训和课后作业占 50

学习情境项目九：网店营销		学时：8
学习任务	1 掌握网店的推广方法和策略 2 在淘宝等平台上进行网店推广	
学习目标	1 了解网上开店的作用与好处 2 熟悉掌握网上开店前要做的准备以及方法	

	3 掌握网店推广的方法和策略
学习内容	1 网上开店的作用 2 网上开店的好处 3 网上开店前要做的准备 4 网上开店的方法 5 网店推广策略
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	采用案例分析，小组讨论，网络教学平台模拟训练等相结合，在课程设置上力求在培养学生在网络营销的实际动手和实务操作上加大力度。在实训上，要求学生运用所学的网店经营策略进行网店推广策划并在网络教学平台进行模拟训练。
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	评价项目： 1 网店定位和目标客户市场的分析 2 网店策略的运用 评价方式： 1 提问或者互动讨论主动性占 20 2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30 3 课堂实训和课后作业（运用所学的网店经营策略进行网店推广策划）占 50

学习情境项目十：网络整合营销		学时：8
学习任务	1 分析企业的网络业务发展市场定位和目标市场分析 2 组织市场调研 3 制定公司网络品牌发展战略和网络营销推广计划 4 制定符合企业特点的网络推广手段和工具，并有效整合	

学习目标	1 了解网络整合营销基本概念和要点 2 学习掌握如何根据企业的需求和特点设计企业网络营销计划 3 学习网络营销的实施及管理
学习内容	1 网络整合营销基本概念 2 网络营销手段的有效整合 3 网络营销的实施及管理。
教学模式	行动导向（项目教学）
学习过程	以案例分析和头脑风暴法等方式，互动性学习，使学生掌握整合营销的概念，通过策划并制定网络整合营销方案使学生掌握网络营销手段及工具的有效整合和统一。
教学条件	多媒体、能接入互联网的计算机，方便学生上网操作实训的实训室
学习评价	评价项目： 1 策划企业的网络市场定位和目标市场分析是否到位 2 公司网络品牌发展战略的制定与公司特点和业务需有效达到统一 3 企业网络推广手段和工具是否有效整合统一 评价方式： 1 提问或者互动讨论主动性占 20 2 学习态度（包括职业素质、实训态度、效率观念、协作精神）占 30 3 课堂实训和课后作业（策划企业网络整合营销方案）占 50

五、课程考核建议

1 考核要求

过程性考核×60% 终结性考核×40%=100%

过程性考核（60%）：学习态度、出勤情况（10%） 课堂发言、讨论情况（10%）

课堂实训、课后作业（30%） 项目小组评分（10%）

终结性考核（40%）：主要是期末考试卷面成绩，主要有选择题、判断题、简答题、案例分析题。

2 评价标准

学习态度、出勤情况（10%）：主动学习态度、课后复习态度、知识搜集吸收态度以及出勤；

课堂发言、讨论情况（10%）：发言的主动性和回答质量；

课堂实训及课后作业（30%）：个人实训完成的质量；

项目小组评分（10%）：以项目小组完成的实训作业的质量及以小组为单位，互评各组员在本学期的小组任务中的贡献

终结性考核（40%）：按照期末考试试题的评分标准。

六、学习资源建议

主要教材：谭鸿健 主编 《网络营销》 江苏大学出版社 2018

主要参考书：

- 付珍鸿 主编 《网络营销》 中国工信集团 2018
- 冯英健 主编 《网络营销基础与实践》 清华大学出版社 2016
- 《搜索引擎广告》 美 电子工业出版社

网络教学资源：

- 中国大学慕课
- 网络营销教学网站

汕头职业技术学院 课程标准

《物流管理》

适用专业： 物流管理

编制单位： 电商物流教研室

2019 年 4 月

课程编码	制定人	制订日期	修订人	修订日期	审定组（人）	审定日期
0701900B	蔡婉贞	20190329	蔡婉贞	20190428	1	20190428

《物流运输技术与实务》课程标准

课程名称：物流运输技术与实务

课程类型：专业必修课

学时学分：72 学时（4 学分）

开设学期：2 学年四学期

一、课程基本描述

（一）课程性质

本课程是物流管理专业的必修课课程。

（二）课程任务

主要针对运输调度员、货运主管及运输代理服务人员等岗位开设，主要任务是：培养学生在物流运输配送等工作岗位的运输工具认知能力和运输流程的操作能力，要求学生掌握五大运输方式进行作业管理的基本技能。

实例：

通过本课程的教学，使学生理解运输系统的构成要素，学会利用运输工具完成一次简单的运输作业，体会真实、完整的运输作业过程（车辆调度、中途运输和费用结算）。从而使能够胜任运输业务操作的基本岗位，为就业打下基础。

（三）课程衔接

在课程设置上，前导课程有《物流基础》、《物流市场营销》课程，后续课程有《物流成本》、《供应链管理》课程。

二、课程目标

学习完本课程后，学生应当具备运输基层操作及业务运作管理的能力，在运输调度员、货运主管及运输主管等岗位从事资源调配安排、运输项目运作及运输业务综合管理等工作。

通过本课程学习，学生最终能够基本建立运输绩效考核指标体系并完成对运

输活动的绩效评价工作。

而学生最终能完成的学习任务有：能够组建运输作业管理体系并完成岗位设置；能够准确地制定出人员、运输方式、运输线路的调度安排等指令方案；能够熟练地完成普通货物运输作业现场的操作作业及管理组织工作；基本完成危险、超限、鲜活易腐货物的货运管理等工作。

以“集装箱运输实务”位实例：

通过本章节的学习，理解集装箱的基础知识，能够根据实际运作系统要求，合理地选择适宜的集装箱规格标准箱型；养成良好的沟通能力与团队协作精神，具有安全文明的工作习惯、良好的职业道德、较强的质量意识和创新精神。

1. 较好地理解集装箱的基本知识；
2. 能够正确选用适宜的集装箱规格标准箱型；
3. 熟练掌握箱体标记的核对方法，能进行简单地分辨出不同箱型集装箱的运输要求；
4. 具有运筹学、统计学、高等数学的基础知识；
5. 具有敏锐的运输网络信息意识，善于整合资源、乐于团队协作；
6. 具有良好的职业道德与敬业精神

三、课程设计

建议采取如下格式描述：

本课程以“物流运输方式”作为技能训练的项目，共设计五个学习情境；根据岗位（群）工作任务要求，确定学习目标及学习任务内容；本课程采取行动导向（项目教学、案例教学）教学模式，以学生为主体，以实训为导向组织教学及考核。

实例：

本课程采取行动导向（项目教学）教学模式，以学生为主体，以物流运输方式系统的设计制作过程为导向组织教学及考核。

表 1 课程总体设计

课程名称	物流运输技术与实务	计划总学时：72
情境名称	情境描述	参考学时：
运输与运输方式	利用相关运输工具的图片以及视频，让学生以团队合作的形式，自行连接各种运输方式所对应的运输工具。	4
运输计划编制	利用经典案例导出本章节的课堂活动任务“车辆运用效率指标计算技能训练”	4
整车货物运输业务受理	课堂活动任务“与客户沟通并完成运单的填写及确认”	4
零单货物运输业务开办	课堂活动任务：完成零担货物运输业务开办工作，完成某物流公司零担货源组织方案。	4
危险货物运输组织	课堂活动任务：危险品货物运输组织技能训练	4

四、课程内容与教学建议

以学习情境二，“运输计划编制与调度安排”为例，

表2 学习情境设计

学习情境二：运输计划编制		学时：4
学习任务	本单元的学习内容主要包括运输计划的种类及编制方法、车辆运行效用指标的计算，学会科学地编制运输计划。	
学习目标	通过制定临时型和稳定型的货运计划训练，学生能够 1. 能够初步制定临时型和稳定型的货运计划 2. 能够熟练地完成各运输效率指标的计算	
学习内容	1、临时型货运计划的特点(运输任务的下达给车队的时间很短)及制定方法(统筹安排单车运行作业表) 2、稳定型货运计划的组成(运输量计划、车辆计划、车辆运用计划和车辆作业计划)和特点(货源相对稳定) 3、稳定型运输任务的运输量计划编制方法(编制运输量计划表)	

	<p>4、稳定型运输任务的车辆及车辆运用计划编制方法（编制车辆计划表和车辆运用计划表）</p> <p>5、稳定型运输任务的车辆运行作业计划编制方法（编制车辆运行作业计划表）</p>
教学模式	行动导向（项目教学、案例教学等）
学习过程	<p>在多媒体教室，教师在课堂上用 10 分钟通过教学案例（运输计划种类、运输计划的类别介绍）演示法讲授运输计划的类型。使学生对运输计划的类型有一定的了解。</p> <p>用 10 分钟通过教学案例（如何编制临时型运输计划）及辅助资源（临时型运输计划的编制流程、某物流公司临时型货运计划）讲解临时型运输任务的货运计划的特点及制定方法。使学生熟悉临时型运输任务计划的编制过程。</p> <p>用 30 分钟通过教学案例（车辆运行效用指标介绍）及辅助资源（车辆运行效用指标介绍）介绍车辆运用效率指标的计算方法。使学生掌握各种车辆运用效率指标的计算方法。</p> <p>用 20 分钟，通过视频资料（某物流公司如何制定稳定型运输计划）引入稳定型运输任务的计划编制过程，并利用相关资源讲解（某物流公司运输量计划图片 1（散货为主）、某物流公司运输量计划图片 2（产成品为主）、某物流公司运输量计划图片 3（原材料为主））稳定型运输任务的运输量计划、车辆计划（某物流公司车辆计划图片 1（大型车辆为主）、某物流公司车辆计划图片 2（中型车辆为主）、某物流公司车辆计划图片 2（小型车辆为主））、车辆运用计划（某物流公司车辆运用计划图片）、车辆运行作业计划（某物流公司车辆作业计划 1（散货为主）、某物流公司车辆作业计划 2（建材为主））编制方法等相关专业知识，使学生熟悉稳定型运输计划的编制过程。</p> <p>用 30 分钟通过教学案例（网络计划技术在运输领域的应用）及其相关资源（网络图的建立过程、星型运输网络图片、不规则型运输网络图片 1、不规则型运输网络图片 2、不规则型运输网络图片 3、</p>

	<p>不规则型运输网络图片 4、不规则型运输网络图片 5、不规则型运输网络图片 6、不规则型运输网络图片 7、不规则型运输网络图片 8、不规则型运输网络图片 9、不规则型运输网络图片 10、环型运输网络图片 1、环型运输网络图片 2、环型运输网络图片 3、环型运输网络图片 4、环型运输网络图片 5 总线型运输网络图片 1、总线型运输网络图片 2、结点式网络图片、箭线式网络图片）讲授网络计划在物流领域的应用，重点讲授网络时间的计算方法。</p> <p>在讲授过程中注重知识的全面性；然后引导学生讨论并对理论知识进行梳理总结。</p> <p>用 5 分钟布置训练任务“车辆运用效率指标计算技能训练”，学生用 45 分钟分小组完成案例中所给出的车辆运用效率指标的计算，在此期间，老师提供相关的参考资料并适当引导学生，最后用 40 分钟时间学生分小组展示任务成果，教师评价成果，并指出任务中存在的问题，最后老师用 10 分钟对本节内容及学习效果做总结。使学生能够明确本节内容的重点和难点。</p>
教学条件	利用多媒体教室，相关图片、视频以及仿真模型
学习评价	<p>知识考核：</p> <p>考核的知识点及分值（100%）分配如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、临时型货运计划的特点及制定方法（20%） 2、稳定型货运计划的组成和特点（20%） 3、稳定型运输任务的运输量计划编制方法（20%） 4、稳定型运输任务的车辆及车辆运用计划编制方法（20%） 5、稳定型运输任务的车辆运行作业计划编制方法（20%） <p>技能考核：</p> <p>主要从以下二个方面考核</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 任务质量：货物运输计划内容齐全、格式规整；能区别临时型和稳定型的货运计划；车辆运用效率指标计算正确。（占技能成绩的 80%） 2. 行动表现：实训过程中表现积极、按时完成任务。（占技能成

	绩的 20%)
--	---------

五、课程考核建议

给出本课程的知识、能力与技能的考核标准及评价办法

1. 考核方式

课程考核要采用全程形成性考核和结果性考核相合的方式，以形成性考核为主，促使学生在课程的每个环节积极参与。评价项目分为平时表现、单元训练任务完成情况和期末测试三部分综合评定，所占比例建议为 10%、60%、30%。其中单元训练任务完成情况考核是课程教学过程中随着教学进程，每个单元都进行评价，最后得分是这些单元成绩的累加分数或平均分数。具体评价项目内容及分数分配可参照如下说明表。

《物流运输技术与实务》课程考核评价项目及分数分配说明表

评价项目		分数分配 (%)	评估说明
一级项目	二级项目		
平时行为表现	出勤、纪律、学习态度、课堂参与情况	10%	由授课教师评估每个学生的学习情况
单元训练任务情况	单元训练任务质量	30%	单元训练任务质量、团队协作、创新能力以组间互评和授课教师评定共同给出，个人行为表现以组内成员间互评给出
	团队协作	10%	
	组内个人行为表现	10%	
期末闭卷笔试	专业知识测评	40%	由辅导教师评阅每个学生的试卷并给出成绩

2. 考核标准

考核标准应与本专业学生物流管理职业能力和从事运输管理上岗条件相结合。

六、学习资源建议

主教材：余滢、姜雨雪编著的《运输作业与管理》（哈尔滨工业大学出版社. 2017. 6）；

参考书籍：

1. 姜宏 主编的《物流运输技术与实务》（人民交通出版社 2010. 12）
 2. 劳动和社会保障部教材办公室组织编写的《运输物流员》（国家职业资格培训教材. 中国劳动社会保障出版社 2005. 10）；
 3. 劳动和社会保障部教材办公室组织（物流从业人员岗位培训教材）：《运输实务》，中国劳动社会保障出版社 2006 版。
 4. 于桂芳 张丽 主编的《物流运输组织管理与实务》（清华大学出版社. 2007. 1）；
 5. 蒋健编著的《物流主管高效工作手册》（机械工业出版社. 2008. 6）；
 6. 王国华主编的《中国现代物流大全》 中国铁道出版社 2004. 1；
 7. 方芳主编的《运输管理》（中国物流职业经理资格证书·全国高等教育自学考试物流管理专业用书，电子工业出版社. 2005. 10）；
- 黄福华、吴可夫：《物流绩效管理研究》，湖南人民出版社 2007 版。
8. 王述英：《物流运输组织与管理》，电子工业出版社 2006 版。
 9. 翟光明：《运输作业实务》，中国物资出版社 2006 版。
 10. 姬中英：《物流运输业务管理》，科学出版社 2006 版。

报纸杂志：

《中国交通报》交通部主管 中国交通报社主办

1. 《交通企业管理》月刊 武汉理工大学 中国交通企业管理协会主办
2. 《交通世界》月刊 主管单位：国家交通部 主办单位：交通部科学研究院
3. 《交通与运输》双月刊 由上海市交通工程学会主办
4. 《综合运输》主办单位：国家发展和改革委员会综合运输研究所
5. 《运输经理世界》月刊主办单位：交通部
6. 《中国道路运输》月刊 中国道路运输杂志由交通部主管, 中国道路运输协会主办。
7. 《物流技术》月刊主办单位：中国物资流通协会物流技术经济委员会
8. 《物流技术与应用》月刊 北京科技大学编辑出版

网站资源：

中国交通新闻网 www.zgjtbt.com www.ccn.net.cn

中国道路运输网 <http://www.chinarta.com>
品牌交通运输网 <http://traffic.pinsou.com/>
中国公路网 <http://www.chinahighway.com/>
中国综合交通信息网 <http://www.sunroad.net/>
综合运输网 <http://www.yunshu.org.cn/>
中华人民共和国交通部 <http://www.moc.gov.cn/>
中国高速公路网 <http://www.china-highway.com/>
大件运输网 <http://www.bigto.net/>
化学危险品运输网 <http://www.wxp168.com/>
中国危险品运输网 <http://www.wxpys.com>
中国冷藏网 <http://www.leng56.com/>
中国冷藏运输网 <http://www.lengyun56.com/>