1.5.3 2019-2021 专业核心课程标准

第一部分　2019 级核心课程标准

1. 市场营销专业（1-118）

2. 物流管理专业（119-226）

3. 连锁经营管理专业（227-312）

4. 茶艺与茶叶营销（313-346）

5. 财务管理专业（347-405）

市场营销专业

1.《市场营销理论与实务》课程教学标准

课程代码:
课程名称：市场营销理论与实务
英文名称：
课程类型:专业必修课
总 学 时：64　　讲课学时：40　　实践学时：24
学　　分：4
适用对象：市场营销专业
先修课程：经济学、市场调查与预测

第一部分 前言

一、课程性质与地位

该课程是市场营销专业核心课和必修课，也是市场营销专业最基本、最综合的思维训练课程，是所有营销类岗位的理论和操作指南,同时为后续的专业课程中涉及营销方面能力的培训（公共关系、电子商务、客户关系管理、消费者行为学等）和将来实际工作提供支持和帮助。本课程是在学习市场营销的基本理论的基础上，掌握市场分析的方法和营销策略制定的思路，具备市场营销方案制订能力。通过学习，学生的理论知识达到助理营销师资格证书的要求，操作上能根据设定的目标制订市场营销策略。

二、课程基本理念

1、基于任务导向，突出实践能力
2、开展项目教学，模拟实际环境
3、突出学生主体，尊重个体差异
4、注重过程评价，强调全员参与
5、利用多种资源，强化自主学习

三、课程设计思路

1、按照“以能力为本位，以职业实践为主线，以项目课程为主体的模块化专业课程体系”的总体设计要求，紧紧围绕工作任务，让学生在职业实践活动的基础上掌握知识，提高学生的就业能力。

2、学习项目选取的基本依据是本课程涉及的工作任务范围，由工作任务产生具体的

学习项目。

3、依据工作任务完成的需要，确定课程的知识与技能等内容。

4、依据各学习项目的内容以及在本课程中的地位分配各学习项目的课时数。

第二部分 课程目标

一、总体目标

市场营销学的基本原理和方法是我们分析市场经济问题特别是企业营销问题的有效手段，因此，设置本课程的目的在于培养学生有关市场营销学知识方面的基本技能，培养学生应用市场营销学理论和方法分析问题和解决问题的实际能力。教学应达到的总体目标是：

1、理解市场营销学在市场经济问题和企业营销问题分析中的重要作用。

2、掌握市场营销学理论的基本内容。

3、掌握市场分析(包括市场调查与预测、消费者行为分析)的基本原理和方法知识初步根据具体任务和条件从事企业营销问题的调查研究，结合自己的专业，在定性基础上做好定量分析，以适应企业营销问题的实证研究、科学决策和营销管理的需要。

4、掌握市场营销学基础知识的基础上，结合其他课程中的一些理论和方法，能独立进行有关资料的搜集、整理、分析，进而解决企业营销中发生的问题。

5、运用营销 4P 策略解决企业市场营销中的实际问题。

二、分类目标

1、知识能力目标

(1)具有市场和市场营销的基础知识。

(2)具有环境分析的基础知识。

(3)具有消费者行为分析的基础知识。

(4)具有市场细分、市场选择和市场定位的基础知识。

(5)具有 4P 策略的基础知识。

(6)具有营销的其他基础知识。

2、职业能力培养目标

(1)具有市场环境分析的能力。

(2)具有消费者购买行为分析的能力。

(3)具有市场细分、市场选择和市场定位的能力。

(4)具有 4P 策略的运用能力。

(5)具有营销管理和营销控制能力。

3、社会能力目标

(1)具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识。

(2)具备诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度。

(3)具有正确的营销观念和创新意识。

(4)具备积极进取、勇于探索的精神。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	作业成果
1	认识市场营销	①了解市场营销的概念与任务 ②洞悉新经济与市场营销新发展	知识： ①市场营销的含义； ②营销观念及发展； ③市场营销管理程序； 技能： ①能够提高对营销重要性的认识与理解； ②正确认识市场营销观念，能够灵活运用营销观念分析、评价企业的现状； ③掌握科学管理营销活动的程序。	能收集一个事件营销（或其他）的方案并进行点评
2	寻找市场机会	①研究影响市场的宏、微观市场环境 ②运用 SWOT 分析法进行市场机会分析 ③辨识消费者购买动机和购买行为的类型 ④掌握消费者购买行为模式 ⑤了解消费者购买过程 ⑥分析消费者购买行为的因素	知识： ①宏观营销环境与微观营销环境对市场的影响； ②营销环境分析； ③影响消费者购买的因素； ④消费者购买过程的步骤以及特点； 技能： ①运用 swot 分析法分析企业说面临的市场环境，发现企业面临的机遇与挑战； ②分析消费者购买行为，找出消费者在购买中受到哪些因素影响如何影响的。	给以具体企业结合宏观环境与微观环境进行 swot 分析
3	确定目标市场	①市场细分与目标市场选择 ②市场定位	知识 ①市场细分标准；市场细分步骤；市场细分原则； ②目标市场进入方式； ③掌握市场定位的作用、步骤及原则； ④确定市场定位的方法； ⑤选择目标市场定位的策略；	分析某一具体品牌产品的市场定位过程

			技能： ①能对某产品市场进行多种类型的市场细分； ②能对各细分市场进行市场评估； ③能根据市场细分的方法提出新产品创意； ④能选择目标市场； ⑤能分析产品优劣势，找出产品USP（卖点）	
4	制定营销策略	①制订产品策略 ②制订定价策略 ③制订渠道策略 ④设计促销策略	知识 ①确定产品规划； ②掌握产品生命周期策略； ③制订产品组合策略； ④制订新产品开发策略； ⑤制订产品品牌与包装策略； ⑥掌握影响定价的主要因素； ⑦选择定价方法，制订定价策略； ⑧掌握分销渠道的基本模式，认识中间商的功能与种类，设计与管理分销渠道； ⑨了解人员推销，了解公共关系，了解广告，掌握营业推广； ⑩掌握促销与促销组合策略；	进行产品的营销策划设计
			技能： 能够运用4p$_s$对产品进行设计，同时也能分析一具体产品的营销策略	
5	实施营销组织管理	①认识市场营销组织 ②建立市场营销组织	知识： ①了解营销组织的演变与职能； ②了解决定组织的因素； ③掌握营销组织的形式	
			技能： 分析某一营销组织的具体形式	
6	市场营销执行与控制	①市场营销执行 ②市场营销控制	知识： ①熟悉各种控制的方法； ②掌握市场执行与控制的过程	

			技能： 执行市场营销计划	

备注：市场调研模块是营销流程的第一步，先修了《市场调研与预测》，本课程标准不再涉及。

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

本课程的总课时为64，其中实践操作学不低于24，另加1周（28课时）的集中市场营销综合实训。

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
认识市场营销	2		2			4
寻找市场机会	10			4		14
确定目标市场	4		2	4		10
制定营销策略	20		4	8		32
实施营销组织管理	2					2
市场营销执行与控制	2					2
合计	40		8	16		64

二、教学建议

（一）教学要求

1、教学过程中要集中体现“教师主导，学生主体”的角色定位，要求任课教师加强对学生的研究，加强教学单元内容在实践应用中的应用研究及相关案例的收集。

2、教学过程要围绕“理实一体化”、“教、学、练同步化”的设计理念，教师在授课过程中以启发式教学代替灌输式教学，引导学生间通过学习小组开展协作式学习。

3、学习过程中要求在总结归纳的基础上获取新的知识，鼓励学生对相关情景做出判断，并对其他同学的观点做出评价与补充。

（二）教学方法

（1）在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

（2）本课程教学的关键是案例讨论和校内外实训基地的现场教学，应选用典型的案例和任务为载体，在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动，起到事半功倍的教学效果。

（3）在教学过程中，要创设工作情景，同时应加大实践实操的容量，要紧密结合职业证书的考证，提高学生的岗位适应能力。

（4）在教学过程中，除已经普遍采用的多媒体教学手段以外，充分利用现代信息技术手段，利用精品课程的网络平台，利用计算机辅助教学软件、计算机辅助练习系统，提升学生的操作能力。并结合顶岗实训，实现课程理论与实践的零距离对接。

（5）教学过程中教师应积极引导学生提升职业素养，提高职业道德。

（三）教学组织设计的建议

教学组织设计建议见市场营销是为学习情境表，建议以一个情境为一个教学单位，保证教学的连贯性。

市场营销实务情境表 1

学习情境 1	认识市场营销		4 学时
教学目标	知识： ①市场营销的含义； ②营销观念及发展； ③市场营销管理程序；技能： 技能： ①能够提高对营销重要性的认识与理解； ②正确认识市场营销观念，能够灵活运用营销观念分析、评价企业的现状； ③掌握科学管理营销活动的程序。		
学习任务	案例导入分析①了解市场营销的概念与任务；②洞悉新经济与市场营销新发展		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2.学生在课外通过相互交流、讨论。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1 案例导入：中国移动“动感地带”（举例，可以用其他案例） 2、根据导入项目，引导学生对中国移动“动感地带”及其竞争对手的需求进行分析，完成任务一：理解市场营销，让学生理解什么是市场营销，以及市场营销的核心营销观念。中国移动在对“动感地带”进行品牌营销时，应根据受众群体的需求制定相应的营销策略，并对所进入的市场做出正确的决策，才能进行有效的营销，引出任务二：明确市场营销的任务。	讲授法 案例教学法	2
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，完成任务要求	自主学习法 小组讨论法	课外
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	2
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每	角色扮演法	

	个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	案例教学法 小组讨论法	

市场营销实务情境表 2

学习情境 2	寻找市场机会		14 学时
教学目标	知识： ①宏观营销环境与微观营销环境对市场的影响； ②营销环境分析； ③影响消费者购买的因素； ④消费者购买过程的步骤以及特点； 技能： ①运用 swot 分析法分析企业说面临的市场环境，发现企业面临的机遇与挑战； ②分析消费者购买行为，找出消费者在购买中受到哪些因素影响如何影响的。		
学习任务	1. 在学校附近开一家餐饮店应该考察些什么方面？ 2. 我校学生购买服装，就餐等消费行为的动机以及影响因素		
教学条件	1、学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2、学生在课外通过相互交流、讨论，组织全班分享。。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、项目导入：在学校附近开一家餐饮店应该考察些什么方面？ 2、根据导入项目，导入市场环境对企业的重要性，市场营销环境中微观、宏观环境的内容，如何用 SWOT 法来对市场环境进行分析。3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评	讲授法 案例教学法	10
	1、项目导入：我校学生购买服装，就餐等消费行为的动机以及影响因素 2、根据导入项目，导入消费者购买动机、购买类型的辨		

	别，并在此基础上发现和掌握消费者的购买行为的模式，弄清消费者购买的完整过程。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评		
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，完成任务要求，并分组进行汇报。	自主学习法 小组讨论法	2
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	2
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

市场营销实务情境表 3

学习情境 3	确定目标市场	10 学时
教学目标	知识 ①市场细分标准；市场细分步骤；市场细分原则；②目标市场进入方式； ③掌握市场定位的作用、步骤及原则； ④确定市场定位的方法； ⑤选择目标市场定位的策略；技能： ①能对某产品市场进行多种类型的市场细分； ②能对各细分市场进行市场评估； ③能根据市场细分的方法提出新产品创意； ④能选择目标市场； ⑤能分析产品优劣势，找出产品 USP（卖点）。	
学习任务	1、分析手机、服装、日化用品等学生常见的产品如何进行市场细分，选定目标市场。（朵唯女性手机） 2、学生通过调查找到市场上定位清晰，特色鲜明的品牌或产品。	
教学条件	1、学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2、学生在课外通过相互交流、讨论,形成小组意见，全班分享。	
教学材料	授课计划、多媒体课件	
工具材料	多媒体	
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课	

	件）

教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、项目导入：分析手机、服装、日化用品等学生常见的产品如何进行市场细分，选定目标市场。（朵唯女性手机） 2、根据导入项目，导入市场细分的标准方法，选择目标市场并制定目标市场策略。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评	讲授法 案例教学法	6
	1、项目导入：学生通过调查找到市场上定位清晰，特色鲜明的品牌或产品。 2、根据导入项目，导入市场定位的工作内容及操作流程，根据市场、竞争状况，准确判断企业的竞争优势所在，选择合适的定位战略，做出正确的市场定位。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评		
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，完成任务要求，并分组进行汇报。	自主学习法 小组讨论法	2
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	2
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

市场营销实务情境表 4

学习情境 4	制定营销策略	32 学时
教学目标	知识 ①确定产品规划； ②掌握产品生命周期策略； ③制订产品组合策略； ④制订新产品开发策略；	

	⑤制订产品品牌与包装策略； ⑥掌握影响定价的主要因素； ⑦选择定价方法，制订定价策略； ⑧掌握分销渠道的基本模式，认识中间商的功能与种类，设计与管理分销渠道； ⑨了解人员推销，了解公共关系，了解广告，掌握营业推广； ⑩掌握促销与促销组合策略； 技能： 能够运用 4ps 对产品进行设计，同时也能分析一具体产品的营销策略		
学习任务	1.给学生几个著名品牌如娃哈哈、丰田等，介绍其产品、品牌故事。 2.学生收集身边比较熟悉的产品的价格，比较同类产品价格区别，分析差别的原因。 3.视频《渠道高手怎么自断其臂》分析娃哈哈渠道 4.学生介绍在生活中见到的印象深刻的促销活动；播放某一产品的几则广告，让学生说说自己的感受，以及对产品销售的影响。		
教学条件	1、学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2、学生在课外通过相互交流、讨论,形成小组意见，全班分享。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、项目导入：给学生几个著名品牌如娃哈哈、丰田等，介绍其产品、品牌故事。 2、根据导入项目，导入产品整体概念，在此基础上分析产品的生命周期以及各阶段特点,如何根据所处生命周期阶段来制定营销策略,并在导入案例的基础上分析如何改变产品等的组合策略，以及如何开发新产品。最后介绍产品包装以及产品品牌的定位与方案制订。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评	讲授法 案例教学法	20
	1、项目导入：学生收集身边比较熟悉的产品的价格，比较同类产品价格区别，分析差别的原因。 2、根据导入项目，导入企业在定价时应该考虑哪些因素，选择合适的定价方法,并在基础价格的基础上选择合适的价格策略，并根据竞争对手的反应做出价格调整。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。		

	4、教师点评		
	1、项目导入：视频《渠道高手怎么自断其臂》分析娃哈哈渠道 2、根据导入项目，导入目前市场中分销渠道模式和类型，认识各种分销渠道的优缺点，并了解渠道中中间商的功能与种类，了解其销售模式与特点，在掌握分销渠道模式和中间商知识的基础上能根据不同企业的情况设计分销渠道并对渠道进行管理。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评		
	1、项目导入：学生介绍在生活中见到的印象深刻的促销活动;播放某一产品的几则广告，让学生说说自己的感受，以及对产品销售的影响。 2、根据导入项目，导入市场营销中促销的必要性，讨论促销组合选择的影响因素，根据案例讨论促销活动中选择人员推销的优缺点，人员推销的方式和过程，讨论并确定人员推销队伍的建立以及推销人员管理制度。通过案例讨论促销活动中广告的种类及其原因，确定广告投放媒体组合并选择合适的广告策略撰写广告方案。案例引出营业推广的运用，分析常用的营业推广的方式。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评		
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，完成任务要求，并分组进行汇报。	自主学习法 小组讨论法	4
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	8
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

市场营销实务情境表 5

学习情境 5	实施营销组织管理		２学时
教学目标	知识： ①了解营销组织的演变与职能； ②了解决定组织的因素； ③掌握营销组织的形式 技能： 分析某一营销组织的具体形式		
学习任务	学生通过网络等途径收集企业营销组织结构，对其进行分析。		
教学条件	1、学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2、学生在课外通过相互交流、讨论。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	**工作过程**	**教学方法建议**	**学时**
1、任务布置与知识讲解	1、项目导入：学生通过网络等途径收集企业营销组织结构，对其进行分析。 2、根据导入项目，导入对市场营销组织有一个总体认识的基础上分析案例中企业、行业的市场营销组织形式及市场营销部门与其他部门的关系。在此基础上能够分析企业建立营销组织应考虑的因素，能够建立合适的组织形式。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评	讲授法 案例教学法	1
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，完成任务要求	自主学习法 小组讨论法	课外
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

	绩。		

市场营销实务情境表 6

学习情境6	市场营销执行与控制		2 学时
教学目标	知识： ①熟悉各种控制的方法； ②掌握市场执行与控制的过程 技能： 执行市场营销计划		
学习任务	向学生展示一份市场营销计划书，学生如果作为营销部门一员该如何执行。		
教学条件	1、学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2、学生在课外通过相互交流、讨论。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、项目导入：向学生展示一份市场营销计划书，学生如果作为营销部门一员该如何执行。 2、根据导入项目，导入市场营销计划的执行方法，掌握计划执行的过程，使学生通过任务完成能够运用市场营销执行与控制的相关知识，具备实施与控制营销计划的能力。 3、选代表对以上任务完成情况进行汇报。 4、教师点评	讲授法 案例教学法	1
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，完成任务要求	自主学习法 小组讨论法	课外
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

	绩。		

三、考核方式和评价方法建议

1、 本课程考试由日常考核、实训考核和期末考试三部分组成。

作业是日常考核的主要形式。作业是教学的重要环节，是学生巩固所学知识，增强实践能力的重要手段，同样是本课程考试体系重要组成部分。本课程也重视学生平时的课堂表现与实践操作表现，作业形式多样，理论联系实践，包括简答题、论述题、辨析题、案例分析题、调查报告、计算题等。

实训考核主要是指课程综合实训，可以是针对某一确定的情景或实题进行营销活动方案或提案的设计等。

2、本课程的期末考试采用闭卷考试方式。

闭卷考试题目类型：（1）名词解释；（2）简答题；（3）论述题。（4）选择题（单项选择题、多项选择题）；（5）案例分析等。

3、本课程总评成绩由期末考试成绩、实训成绩和平时学习成绩两部分组成，采用百分制。其中，期末考试成绩占总评成绩的 50%，实训成绩占 30%，平时成绩占总评成绩的 20%。

四、教材编写建议

1、教材选取原则

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合助理营销师考证专用教材。

2、建议教材

自编教材，未自编前可选用《市场营销实务—项目导向教程》，符莎莉主编，电子工业出版社，2010 年。

3、主要参考书

《市场营销》，(美)菲利普·科特勒,(美)加里·阿姆斯特朗著，华夏出版社， 2003.7

《市场营销实务与案例》，王珑主编，2002 年

《市场营销案例精选精析》，朱华,窦坤芳主编 ， 经济管理出版社， 2003. 7

4、课外参考书：

《销售与市场》 河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》 国务院国有资产监督管理委员会 中国物流与采购联合会

5、学习网站

（1）中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

（2）中国教育网 http://www.cer.net/

（3）中国企业战略传播网 http://www.glr163.com/

（4）中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

（5）中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

（6）全球品牌网　http://www.globrand.com/

四、课程资源开发与利用建议

要注重相关辅导用书、教师指导用书、课件的开发，建立市场营销教学案例库，建设网络课程，满足学生通过网络学习本课程的需要。为了强化实训教学，编写技能训练项目和实训指导书。

五、其他说明

对于项目中的模块，教师可以根据实际取合、增删。

课程标准制订人：廖伟

审核：王娜玲

制订日期：2010.11.05

2. 《 广告原理与实务》课程教学标准

课程代码：
课程名称：广告原理与实务
英文名称：
课程类型：核心主干课程
总学时：36　讲授：18　课堂实训：18
学分：2
适用对像：市场营销专业学生
先修课程：市场营销　市场调查　渠道管理　客户服务

第一部分

一、课程性质与地位：市场营销专业的主干课程

《广告原理与实务》是高等院校市场营销专业的一门专业课；是其它专业的选修课。它是为培养适应市场经济条件下社会发展需要的应用型大专层次专业人才服务的。 本学科以市场经济法则为指导，以传播学、心理学、市场学等原理为基础，从市场经济的实质和我国国情出发，吸收国外的先进经验，探讨广告活动及其规律性。其教学目的是使学生掌握广告活动的基本特点和原理，为进一步学习专业课打下基础。

二、课程基本理念

作为市场营销专业的专业主干课程，广告原理与实务的主要目标是：通过该课程的学习，使学生在掌握广告学的一般理论、方法基础上，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练，培养既能从事一般广告营销，又特别擅长于广告灵活运用的专门人才；在掌握广告基本原理的基础上，掌握广告营销方面的基本技能，培养既懂技术又懂市场营销的符合时代要求的人才。

三、课程的设计思路

《广告原理与实务》是市场营销专业的一门专业主干课程。该课程总共分 2 个学习情景和 8 个学习子情境，将职业行动领域中的工作过程融合在学习情境的教与学的过程中，实行行动导向的教学模式，贯彻“六步教学法”，培养学生分析问题、解决实际问题的能力；学生以学习小组为单位，通过相互协作、共同完成制定的学习任务，培养锻炼学生的参与意识、责任意识、协作意识和自信心。

它的任务是通过本课程的教学，使学生正确的认识它是一门研究广告现象及其一般规律以及方法与技巧的学科。使学生了解广告与市场营销的关系，掌握广告学的基本原理及其操作实务。

第二部分 课程目标

一、总体目标

使学生能够具备分析现代广告活动的设计理念；对中国广告活动中的现状与发展趋势做到有一定的了解；理论联系实际，掌握广告调研、广告策划、广告效果评估测定与广告预算的基本原理与方法，培养学生进行广告案例分析、全面认识广告作品及解决实际问题的基本能力。培养具有现代广告营销理念的高级人才。

二、分类目标

1. 专业能力目标

（1）懂得评判一则广告的优劣

（2）熟悉广告的运作过程

（3）掌握一定的广告技术

（4）善于运用广告为企业服务

2. 社会能力目标

（1）善于沟通，对于广告中所碰到的问题能与其他人达成共识，并能在管理对象中顺利得以贯彻执行；

（2）善于合作，与同僚分工协作；

（3）善于交流，能够组织同仁进行各种广告作品的研讨会，具备一定的广告理论和实务的口头表达能力；

（4）具备良好的职业道德，具有社会责任心、爱岗敬业。

3. 方法能力目标

（1）持续学习，不断更新广告创作和议价知识，提高广告创作和评价水平；

（2）能迅速领会新的广告创意模式，新的媒体形式；

（3）培养学生勤于思考、认真工作的良好作风；

（4）培养学生分析问题、解决实际问题的能力。

第三部分 课程教学内容标准(黑体,小 3 号)

编号	学习情境	学习内容	学习目标	作业成果
1	广告的基本原理	①广告的概念和性质； ②广告与其他学科的关系； ③广告的分类； ④广告的构成。	知识： ① 掌握广告的概念； ② 了解广告的分类； ③ 了解广告的种类； ④ 掌握广告的构成因素。 技能： 能准确掌握广告与营销的关系。	① 文字处理及可视化材料； ② 说出 10 个你最熟悉的广告。
2	广告策划	① 广告策划概述； ② 广告调查； ③ 广告定位； ④ 广告战略；	知识： ① 掌握广告策划基本原理； ② 掌握广告调查的基本依据和方法； ③ 掌握广告定位的理论和方法；	为自己感兴趣产品或服务作一份广告策划 PPT。

		⑤ 广告策划书； ⑥ 广告预算。	④掌握广告战略内容与制定； ⑤掌握广告预算以及广告策划书的撰写。	
			技能： ① 学会查找和搜集资料、制作精美培训课件； ② 能进行简单的广告活动策划； ③ 能够了解广告策划书的主要内容。	
3	广告策略	①广告策略概述； ④ 广告产品策略； ⑤ 广告市场策略； ⑥ 广告事件策略。	知识： ①了解广告策略的含义、特点及作用； ③ 明确广告产品策略、广告市场策略、广告事件策略主要内容； ④ 掌握合理制定广告策略的要求。	对产品“麦满分”提出一整套广告策略方案 PPT
			技能： ① 学会查找和搜集资料、制作精美培训课件； ② 学生能够根据广告目标制定合理的广告策略。	
4	广告创意，	①广告创意概述； ②广告创意理论； ③广告创意思维； ④广告创意组织与创意过程。	知识： ①了解广告创意在广告活动中的地位、广告创意理论、广告创意组织； ②掌握广告创意的含义和广告创意的原则。	按照广告创意过程创意一则广告，把整个创意过程和感受记录下来，最后与广告创意一起整理出一份文字材料
			技能： ①能够掌握各种广告思维方法和灵活运用； ②能够借签经典的广告创意方法进行广告创意。	
5	广告表现	①广告表现概述； ③ 印刷广告表现； ④ 电波广告表现； ⑤ 户外广告的制作。	知识： ①_x0001_ 理解广告表现的概念、广告表现的心理学法则； ②_x0001_ 掌握广告表现的原则、基本手法； ③ 熟练掌握报纸、杂志的广告设计、电视、广播的广告设计、户外广告的设计； ④ 了解各种媒体广告的制作。	将全班分成 4 个小组，每全小组分别就吸烟、酗酒、噪音、交通违章、使用塑料袋等事项创作一则平面、广播或网络的公益广告。
			技能： ①能够进行报纸杂志的广告设计； ②能够进行电视、广播的广告设计； ③户能够进行外广告的设计。	
6	广告文案	①广告文案的概述； ②广告文案的主题； ③广告文案的结构； ④广告文案的语言规范。	知识： ①掌握广告文案的特性、结构、标题表达的技巧； ②熟悉掌握广告文案标题的表达； ③了解广告文案的写作。	①根据 TCL 广告文案提供的资料改写成其他类型的广告文案； ② 每个同学收集一个语
			技能： ①能够进行广告文案标题的表达； ②能够进行广告文案正文的写作。	

				言不规范的广告案例供同学们课堂讨论、更正。
7	广告媒体	①广告媒体的类型与特征； ②广告媒体选择策略； ③广告媒体的评价指标； ④广告媒体的组合策略。	知识： ①了解广告媒体的功能、类型； ②影响广告媒体选择的因素、广告媒体组合的作用； ③掌握广告媒体的概念、常用广告媒体的特点、广告媒体选择的原则、广告媒体选择的方法、广告媒体的评价指标及计算方法、广告媒体的组合原则、广告媒体的组合方式 、广告媒体的选择与组合过程。 技能： 能够科学地进行广告媒体选择与组合。	请大家就某企业开发的一种功能饮料“体饮”就要上市制定几种不同的广告媒体组合方案，并说明理由
8	广告主体与运作	①广告活动与运作； ②广告受众 ③广告主； ④广告公司； ⑤广告组织。	知识： 掌握广告主体的概念、分类标准、种类、构成要素、基本过程及其作用。 技能： 能够对广告主体分类及其特点有充分的认识。	请全班同学分成4组，分别以国营企业、民营企业、中外合资企业和个体私营企业的身份，选择一个订立自己的公益广告主题，说明广告主应具备的理念，同时制定广告主选择广告公司的计划

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
广告的基本原理	2		1	1		4
广告策划	2			2	2	6
广告策略	2		1	1	2	6
广告创意，	1		1	2		4
广告表现	1		1	1	1	4
广告文案	1		1	1	1	4
广告媒体	1		1		2	4
广告主体与运作	1		1		2	4
合计	11		7	8	10	36

二、教学建议（黑体，小 4 号字）

1. 教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备系统的营销专业知识。

（4）有丰富的企业营销或广告工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2. 教学组织设计的建议

教学组织设计建议见广告原理与实务学习情境表 1~表 8。

广告原理与实务学习情境表 1

学习情境 1	**广告基本原理**	**4 学时**
子情境 1	广告基本原理	**4 学时**
教学目标	通过子情境 1 的学习，使学生具备以下能力： 1.掌握广告的内涵； 2.掌握广告的构成要素及作用的运用 3.了解广告学的定义及与其他学科的关系。	
学习任务	学生理解并掌握广告的本质及广告与其他学科之间的关系。	
教学条件	1. 学生在多媒体教室完成咨询阶段的学习，获得所需知识和原理； 2. 通过网络查询广告的基本原理产生的背景和相关广告理论的解释； 3. 通过课外完成学习任务，在多媒体教室由学生完成课堂实训。	
教学材料	授课计划、学习引导文、多媒体课件、评价表	
工具材料	电脑、网络、多媒体	
其他信息	各种权威的广告网站	

教学阶段	**工作过程**	**教学方法建议**	**学时**
获取信息	教师下发任务书，解答学生提出问题； 教师讲解广告基本原理的相关内容。	讲授法 可视化法 构建逻辑关系法	2
计划	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，进行课堂讨论和完成课后作业。	关键词卡片法 魔法盒子法 小组讨论法	1
决策	在老师的指导下，完成课堂讨论及课后作业		
实施	根据老师要求说出 10 个最熟悉的广告作品，并讨论广告是不是万能的。	自主学习 个别指导	课外
检查	1. 学生汇报任务计划安排与任务实施过程，包括小组成员分工与职责； 2. 老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法	1
评估	1. 小组自评：实施小组对各组讨论结果自评，并确定每个成员的贡献值；	角色扮演法 小组讨论	

	2. 小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3. 教师评价：老师根据每个小组给出的广告和讨论结果确定小组成绩。		

广告原理与实务学习情境表 2

学习情境 2	**广告实务**		32 学时
子情境 2	广告策划		6 学时
教学目标	通过子情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1. 学会查找和搜集资料、制作精美培训课件； 2.进行简单的广告活动策划； 3.了解广告策划书的主要内容。		
学习任务	1. 掌握广告策划基本原理； 2掌握广告调查的基本依据和方法； 3. 掌握广告定位的理论和方法； 4. 掌握广告战略内容与制定； 5. 掌握广告预算以及广告策划书的撰写		
教学条件	1.学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2.通过网络查询或查阅广告策划过程应该当的注意的问题和事项； 3.主要通过课外广告策划方案搜集、整理及制作；		
教学材料	授课计划、学习引导文、多媒体课件		
工具材料	电脑网络、多媒体、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息	补充教学资料、录像、不同行业广告策划范本等		
教学阶段	**教学过程**	**教学方法建议**	**学时**
获取信息	教师下发任务书，解答学生提出问题； 教师详细讲解广告策划基本原理、广告调的基本方法、广告定位的理论和方法、广告战略内容与制定、广告预算及广告策划书的撰写，引导学生通过自主学习获得相关知识。	学习循环法 案例分析法 交头接耳法	2
计划	学生根据咨询阶段所获得的知识，根据任务的要求，列出广告策划任务，针对广告策划过程开展充分讨论，制定广告策划的初步方案。	关键词卡片法 小组讨论法 可视化法	2
决策	在老师的指导下，进一步进行所给广告策划任务的分析，对提出广告策划方案做可靠性、合理性、可操作性等综合分析，制定具体的广告策划方案。		
实施	1.依据老师下发的教学资料，并通过查阅图书资料、网络获得所需广告策划素材（课外时间）； 2. 在老师指导下，整理制作广告策划课件。	自主学习 个别指导	课外
检查	1. 学生汇报任务计划安排与任务实施过程，包括小组成员分工与职责； 2. 模拟培训现场，由策划小组根据广告策划进行讲解，并回答同学与教师的提问	角色扮演法	2

评估	1. 小组自评：实施小组对方案实施情况进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2. 小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3. 教师评价：老师根据每个小组广告策划及项目完成效果情况确定小组成绩。	角色扮演法	

广告原理与实务学习情境表 3

学习情境 2	**广告实务**		32 学时
子情境 3	广告策略		6 学时
教学目标	通过子情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1.学生能够根据广告目标制定合理的广告策略； 2.学会查找和搜集资料、制作精美培训课件。		
学习任务	了解广告策略的含义、特点及作用； 明确广告产品策略、广告市场策略、广告事件策略主要内容； 掌握合理制定广告策略的要求。		
教学条件	1. 学生在多媒体教室完成咨询阶段的学习，获得所需知识和方法； 2. 通过网络查询获得广告策略的相关知识； 3. 主要通过课外形式完成广告策略素材的搜集、整理及制作； 4. 在多媒体教室以互动方式完成广告策略的课堂实训。		
教学材料	授课计划、学习引导文、多媒体课件、评价表		
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息	王汉武教授的广告策略视频		
教学阶段	**工作过程**	**教学方法建议**	**学时**
获取信息	教师下发任务书，解答学生提出问题； 教师引导学生通过自主学习方式，获取相关知识。	学习循环法 可视化法 构建逻辑关系法	2
计划	学生根据咨询阶段所获得的知识，根据任务的要求，列出广告策略的主要提纲，针对广告策略所需素材开展充分讨论，制定广告策略的初步方案。	关键词卡片法 魔法盒子法 小组讨论法	2
决策	在老师的指导下，进一步进行广告策略分析，对提出的方案做可靠性、合理性、可操作性等综合分析，制定具体的实施计划。		
实施	依据老师下发的教学资料，并通过查阅图书资料、网络获得所需素材；在老师指导下，整理制作广告策略课件。	自主学习 个别指导	课外
检查	1. 学生汇报任务计划安排与任务实施过程，包括小组成员分工与职责； 2. 开展广告策略展示，回答同学与教师的提问	多媒体演示 角色扮演法	2

评估	1. 小组自评：实施小组对广告策略情况进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2. 小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3. 教师评价：老师根据每个小组工作广告策略及项目完成效果情况确定小组成绩。	角色扮演法 小组讨论	

广告原理与实务学习情境表 4

学习情境 2	**广告实务**		32 学时
子情境 4	广告创意		4 学时
教学目标	通过子情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1. 通过训练要求学生在能力上掌握各种广告思维方法和灵活运用； 2. 能够借签经典的广告创意方法进行广告创意。		
学习任务	了解广告创意在广告活动中的地位、广告创意理论、广告创意组织； 掌握广告创意的含义和广告创意的原则。		
教学条件	1. 学生在多媒体教室完成咨询阶段的学习，获得所需知识和方法； 2. 通过网络查询或到企业调研获得典型广告创意案例； 3. 主要通过课外形式完成广告创意素材的搜集、整理及制作； 4. 在多媒体教室以互动方式广告创意课堂实训。		
教学材料	授课计划、学习引导文、多媒体课件、评价表		
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息	经典广告创意案例		
教学阶段	**工作过程**	**教学方法建议**	**学时**
获取信息	教师引导学生通过自主学习方式，获取相关知识。	学习循环法	1
计划	学生根据咨询阶段所获得的知识，根据任务的要求，列出广告创意的主要原理和方法，针对广告创意的各种表现手法开展充分讨论，制定广告创意的初步方案。	交头接耳 旋转木马	1
决策	在老师的指导下，进一步进行广告创意原则和原理分析，对提出的广告创意做可靠性、合理性、可操作性等综合分析，设计出具体的广告创意。		
实施	依据老师下发的广告创意任务，并通过查阅图书资料、网络获得所需广告创意素材；在老师指导下，整理制作广告创意课件。	自主学习 个别指导	课外
检查	1. 学生汇报任务计划安排与任务实施过程，包括小组成员分工与职责； 2. 开展安全培训，回答同学与教师的提问	多媒体演示 角色扮演法	2

评估	1. 小组自评：实施小组对方案实施情况进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2. 小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3. 教师评价：老师根据每个小组工作实施过程及项目完成效果情况确定小组成绩。	角色扮演法 小组讨论	

广告原理与实务学习情境表 5

学习情境 2	**广告原理与实务**	32 学时
子情境 5	广告表现	4 学时
教学目标	通过子情境 5 的学习，使学生具备以下能力： 1. 学会报纸杂志的广告设计； 2. 掌握电视、广播的广告设计； 3.学会户外广告的设计。	
学习任务	1. 理解广告表现的概念、广告表现的心理学法则； 2. 掌握广告表现的原则、基本手法； 3. 熟练掌握报纸、杂志的广告设计、电视、广播的广告设计、户外广告的设计； 了解各种媒体广告的制作。	
教学条件	1. 学生在多媒体教室完成咨询阶段的学习，获得所需知识和方法； 2. 通过教师案例的讲解和分析获取广告表现的相关信息； 3. 主要通过课外完成各种不同形式广告表现的设计和制作工作； 4. 在教室进行成果展示。	
教学材料	授课计划、学习引导文、多媒体课件、评价表	
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体	
其他信息	各种经典的广告表现案例	

教学阶段	**工作过程**	**教学方法建议**	**学时**
获取信息	教师引导学生通过自主学习方式，获取相关知识。	学习循环法	1
计划	学生根据咨询阶段所获得的知识，根据任务的要求，列出广告表现的主要内容，针对所需素材开展充分讨论，制定设计广告表现的初步方案。	交头接耳 旋转木马	1
决策	在老师的指导下，进一步对提出的广告创意表现进行综合分析，制定具体的实施计划。		
实施	依据老师下发的教学资料，并通过查阅图书资料、网络获得所需素材；在老师指导下，设计并制作出各种类型的广告表现作品。	自主学习 个别指导	1
检查	1. 学生展示成果； 2. 相互比较、学习。	可视化	1
评估	1. 小组自评：实施小组对广告表现作品进行自评，并确定每个成员的贡献值；	小组讨论	

	2. 小组互评：其他（听众）小组根据广告表现作品的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3. 教师评价：老师根据每个小组工作实施过程及项目完成效果情况确定小组成绩。		

广告原理与实务学习情境表 6

学习情境 2	**广告实务**		32 学时
子情境 6	广告文案		4 学时
教学目标	通过子情境 6 的学习，使学生具备以下能力： 1.掌握公文写作的格式和种类，认识安全工作公文写作的重要性，获得间接经验； 2.能够根据工作需要，设计并制作安全生产工作简报。		
学习任务	1. 掌握广告文案的特性、结构、标题表达的技巧； 2. 熟悉掌握广告文案标题的表达； 3.了解广告文案的写作。		
教学条件	1. 学生在多媒体教室完成咨询阶段的学习，获得所需知识和方法； 2. 通过教师指导上专业广告网站获取取相关信息； 3. 主要通过课外完成广告文案的资料收集和广告文案的设计工作； 4. 在教室进行成果展示。		
教学材料	授课计划、学习引导文、多媒体课件、评价表		
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息	各种经典的广告文案范例		
教学阶段	**工作过程**	**教学方法建议**	**学时**
获取信息	教师引导学生通过自主学习方式，获取相关知识。	学习循环法	1
计划	学生根据咨询阶段所获得的知识，根据任务的要求，列出广告文案的主要内容，针对所需素材开展充分讨论，制定设计广告文案的初步方案。	交头接耳 旋转木马	1
决策	在老师的指导下，进一步对提出的文案进行综合分析，制定具体的广告文案。		
实施	依据老师下发的教学资料，并通过查阅图书资料、网络获得所需素材；在老师指导下，设计并制作广告文案作品。	自主学习 个别指导	1
检查	1. 学生展示成果； 2. 相互比较、学习。	可视化	1
评估	1. 小组自评：实施小组对广告文案作品进行自评，并确定每个成员的贡献值；	小组讨论	

	2. 小组互评：其他（听众）小组根据广告文案作品效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3. 教师评价：老师根据每个小组工作实施过程及项目完成效果情况确定小组成绩。		

广告原理与实务学习情境表 7

学习情境 2	**广告实务**		32 学时
子情境 7	广告媒体策略		4 学时
教学目标	通过子情境 7 的学习，使学生具备以下能力： 具备科学地选择与组合广告媒体的能力		
学习任务	1.了解广告媒体的功能、类型； 2.影响广告媒体选择的因素、广告媒体组合的作用； 3.掌握广告媒体的概念、常用广告媒体的特点、广告媒体选择的原则、广告媒体选择的方法、广告媒体的评价指标及计算方法、广告媒体的组合原则、广告媒体的组合方式 、广告媒体的选择与组合过程。		
教学条件	1. 学生在多媒体教室完成咨询阶段的学习，获得所需知识； 2. 主要通过课外时间完成各种对媒体的了解和选择工作； 3. 在教室展示成果。		
教学材料	授课计划、学习引导文、多媒体课件、评价表		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息	各种新型媒体表现形式		
教学阶段	**工作过程**	**教学方法建议**	**学时**
获取信息	教师引导学生通过自主学习方式，获取广告媒体的相关知识。	学习循环法	2
计划	学生根据咨询阶段所获得的知识，根据任务的要求，针对各种媒体的优势和不足展开讨论。	小组讨论	
决策	各个小组根据任务进一步对媒体的选择和组合进行讨论，并制定具体广告媒体方案。		
实施	依据老师下发的教学资料，并通过查阅图书资料、网络获得所需素材；在老师指导下，撰写广告媒体组合方案。	自主学习 个别指导	课外
检查	1.学生展示成果； 2. 相互比较、学习。	可视化	2
评估	1.小组自评：负责组织的小组对组织情况进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2.小组互评：其他小组根据广告媒体组合效果进行评价和建议，评出该小组成绩；	小组讨论	

	3.教师评价：老师根据每个小组工作实施过程及项目完成效果情况确定小组成绩。		

广告原理与实务学习情境表 8

学习情境 2	广告实务		32 学时
子情境 8	广告主体与运作		4 学时
教学目标	通过子情境 8 的学习，使学生具备以下能力： 对广告主体分类及其特点有充分的认识		
学习任务	掌握广告主体的概念、分类标准、种类、构成要素、基本过程及其作用。		
教学条件	1. 学生在多媒体教室完成咨询阶段的学习，获得所需知识； 2. 主要通过课外时间完成广告主选择广告公司的计划工作； 3. 在教室展示。		
教学材料	授课计划、学习引导文、多媒体课件、评价表		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息	广告主体及运作的相关信息		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
获取信息	教师引导学生通过自主学习方式，获取广告主体及运作相关知识。	学习循环法	2
计划	学生根据咨询阶段所获得的知识，根据任务的要求，针对广告主体及运作开展讨论。	小组讨论	
决策	各小组就自己选择的主题进一步进行广告主选择广告公司的计划讨论，制定具体的实施计划。		
实施	依据老师下发的教学资料，并通过查阅图书资料、网络获得所需素材；在老师指导下，撰写广告主体及运作计划。	自主学习 个别指导	课外
检查	1.学生展示成果； 2.相互比较、学习。	可视化	2
评估	1.小组自评：负责组织的小组对广告主体的广告运作情况进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2.小组互评：其他小组根据广告动作效果效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3.教师评价：老师根据每个小组工作实施过程及项目完	小组讨论	

	成效果情况确定小组成绩。		

三、教学评价建议（黑体，小 4 号字）

教学评价建议见广告原理与实务学习情境表 1~表 2。

广告原理与实务课程评价表 1

学习情境一	广告基本原理			成绩比例（%）	16（1*16）
考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1.小组成员相互协作及对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2.项目成果（60%）	小组互评*0.4+教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
3.交流及表达能力（20%）	教师评价*0.6+小组互评*0.4	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷使人印象深刻	能用专业语言正确较为流利地与进行交流及 PPT 的讲述，声音洪亮。	能用专业语言正确地进行交流和 PPT 讲述	能用专业语言基本正确地进行交流和 PPT 的讲述，无重大失误。
4.学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

广告原理与实务课程评价表 2

学习子情境二	广告实务			成绩比例（%）	84（12*7）
考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1.小组成员相互协作及对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2.项目成果（60%）	小组互评*0.4+教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合	项目成果符合任务要求，格式稍有瑕疵、内容	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、报

		准、内容完整，有鲜明特色	标准、内容完整	欠完整	告格式不太规范
3.交流及表达能力（20%）	教师评价*0.6+小组互评*0.4	能够运用流畅、专业的语言介绍成果，思路清晰、声音洪亮使人印象深刻	能用专业语言正确较为流利地与进行交流及PPT的讲述，声音洪亮。	能用专业语言正确地进行交流和PPT讲述	能用专业语言基本正确地进行交流和 PPT的讲述，无重大失误。
4.学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

四、推荐教材和教学参考书

1.教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以工作过程为主线、强调理论与实践的结合、陈述性知识和过程性知识相结合、理论实践一体化的教材。

2.推荐教材

1） 《广告原理与实务》 ，王吉方主编，机械工业出版社，2010年；

2） 《广告理论与实务》，赵明剑，王兴为，北京交通大学出版2009年；

3.参考的教学资料

课程授课计划、学习情境设计表、引导文、各大专业广告网站、教学课件、教学视频、项目评价表。

五、课程资源的利用与开发

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，必须大力开发与课程相关的教学设计、学习评价表、实训指导书、教学课件、教学视频等教学指导文件。

课程标准制订人：刘小莲

审核：

制订日期：2012-12-5

3.《客户服务与管理》课程标准

课程代码:

课程名称：客户服务与管理

英文名称：

课程类型：核心市场营销管理课程（专业必修课）

总 学 时：44　　讲课学时： 30　　实践学时： 14

学　　分：3

适用对象：市场营销专业

先修课程：市场营销理论与实务、市场调查与预测、消费者行为学、推销与谈判、个人与团队管理、公共关系实务

第一部分 前言

一、课程的性质和作用

《客户服务与管理》是湖南商务职业技术学院市场营销专业构建 “工作过程为导向的”新课程体系中的一门专业课程，属于高职工商管理类专业开设的专业理论课程。

通过本课程的学习和训练：一方面对学生的职业技能的强化起到非常大的作用。因为经过本课程的学习所掌握的客户服务与管理的基本方法和比如“客户服务礼仪”等职业技能，这些技能是学生今后就业的时候在实际工作岗位上面必须要的一些职业技能，那么通过这个课程的学习可以得到强化。另外一个方面，在本课程的教学中，通过工学结合、项目导向的教学模式的应用，将学生就业中必须具备的创新、质量、快速反应意识和团队合作、相互沟通、自我学习的职业素养贯穿于课程的整个教学过程中，从而对学生的职业素养的培养起到很好的促进作用。同时，这门课程是作为市场营销专业的核心课程，它起到一个起到承前启后作用，也为毕业生在今后实际工作中主要的一些工作任务起到一个支撑作用。因为对于市场营销专业的学生经过客户服务中的沟通技巧、服务技巧、服务创新、客户投诉的处理技巧，全面进行优化、学习、实训，可以提升市场营销的职业技能，并为考取助理营销师资格证打下良好的基础。

二、课程基本理念

1.基于工作过程开发课程

加强校企合作，通过对职业行动领域工作过程的跟踪调研，并吸收企业专家的建议，以真是业务为依托，实现课程教学内容的“模块化、实战化、任务化”。

2.基于行动导向组织课程教学，突出学生的能力培养

通过行动导向的教学模式，强调学生学习的主体性，教、学互应，学、做结合，着重培养学生的专业能力、方法能力和社会能力，即综合职业能力，能从容应用于未来的职业中。

3.多元化评价方式，促进学生不断发展

在评价结构上，突出过程性评价，对学生阶段性学习成果及时进行评价，促进学生的自主学习和发展；在评价方式上，强调学生自我评价、相互评价和教师评价并重，提高学生学习的兴趣，同时培养学生合作、诚信等良好品质。

三、课程设计思路

1、强调“校企深度融合”

我院市场营销专业，通过与企业的密切合作，实现以共育高技能人才、共建专业、共同开发课程、共建共享实训基地、共享校企人才资源、共同开展应用研究与技术开发等“六共”为主要内容的校企深度融合。

在《客户服务与管理》课程设计的全过程中，校企共同确定课程的典型工作任务和职业能力，共同明确本课程的教学目标（理论知识、能力和职业素养），共同确定学习情境，并参与教学内容的选择和排序、教学模式研讨、教学方法以及学生学习特点分析，考核标准的制定。从而确保了课程整体设计更好地突出职业能力培养，并进一步体现职业性、实践性和开放性。在“边学边做边练”中实现校企共育人才。

2、强调“以职业能力培养为重点”

课程设计中不仅要充分考虑完成岗位（群）需要的职业能力，还要充分考虑学生的身心发展特点，合理运用学习迁移理论，科学选择教学媒介，灵活运用不同教学方法，并充分利用现代信息技术调动学生主动参与教学活动，做到爱学、会学、会用。

树立起协调、合作的思想观念和全球竞争意识，将学生的可持续发展能力培养需求贯穿于职业能力培养之中。从而使学生走上工作岗位后，能够利用在校期间习得的知识和经验，为提高企业客户服务与管理的绩效并最终增强企业的核心竞争力做出贡献。

3、强调“以就业为导向”

以市场为导向，将为就业服务的理念融入课程改革和课程建设中，通过与行业企业合作进行基于工作过程的课程开发与设计，更充分地体现了职业性、实践性和开放性的要求。为了让学生尽早地体会到职业环境，将原来与“客户服务与管理”课程匹配的“生产运作与管理”课程取消，用沙盘模拟企业经营管理实训，让学生体会企业经营管理的复杂性，正确认识客户服务与管理思想的重要性。力求实现课程教学与专业培养需求的“零距离”。

第二部分 课程目标

一、总体目标

本课程在教学过程中，培养学生的综合市场营销素质。使学生掌握客户服务与管理的基本概念和理论，不同类型客户的服务技巧，客户服务与管理理论在采购、生产、营销和库存控制等领域的应用和优化方法。使学生建立起客户服务与管理知识结构。

二、分类目标

1．学生知识结构目标

（1）掌握客户服务与管理的基本概念、基本原理。

（2）学生掌握不同类型客户的服务技巧。

（3）客户服务与管理理论在客户服务礼仪、沟通技巧、服务技巧、客户投诉处理技巧等领域的应用

（4）对客户服务礼仪、沟通技巧、服务技巧、客户投诉处理技巧的优化方法。

2．学生专业能力目标

（1）掌握客户服务与管理的基本分析思路和分析方法；

（2）具备企业客户服务与管理流程诊断与优化的能力，

3.方法能力目标

（1）具有较好的学习新知识和新技能的能力；

（2）具有制订工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；

（3）具有获取和使用信息的能力。

4.社会能力目标

（1）具有良好的职业道德；

（2）具有良好的沟通、交流以及处理人际关系的能力；

（3）诚信品质、敬业精神、责任意识和遵纪守法意识。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	**教学（或学生）成果**
1	客户服务礼仪	①客户服务礼仪的基础 ②接待客户礼仪 ③客户电话服务礼仪 ④名片使用礼仪	知识： ①掌握客户服务与管理的基本礼仪；掌握接待客户的礼仪； 掌握客户电话服务礼仪；名片使用礼仪。 ②掌握客户服务与管理的概念 掌握客户服务与管理的礼仪中需要解决的主要问题。 技能： ①掌握微笑的礼仪；接替名片；电话礼仪 ②掌握奉茶的礼仪（结合客户服务与管理的概念、作用、发展现状及改进方向等内容）； ③具备自主学习的能力。	①客户服务与管理基本知识电子教案； ②客户服务与管理时代背景视频信息；
2	客户服务中的沟通技巧	①沟通基础知识；倾听技巧； ②提问技巧； ③有效沟通的语言； ④身体语言的运用；电话沟通技巧	知识： ① 掌握沟通的基本要素和基本方式； ②掌握倾听的技巧，如何成为一个好的聆听者； ③掌握提问和身体语言的运用 技能： ①能够正确理解客户，善于倾听； ② 能够正确提问，注意语言技巧； ③ 沟通中的赞美和身体语言的技巧。	①关于客户服务沟通的电子教案 ②几种常见的提问、倾听、身体语言的模拟训练； ③相关正反两方面的案例分析
3	客户服务技巧	①客户服务与管理中的接待技巧； ②客户服务与管理中理解客户、满足	知识： ①接待客户的技巧；理解客户的技巧； ②掌握满足客户的期望；	①欢迎客的到来的电子教案； ②游戏总结报告；案例分析结论

		客户期望的技巧； ③客户服务与管理中留住客户的技巧； ④客户服务与管理中及时服务到位的技巧	技能： ①如何留住客户； ②如何及时满主客户的需要，做到及时的服务。	
4	不同类型的客户服务与服务创新	①普通客户的服侍技巧； ②棘手客户的服务技巧； ③超值服务： ④ 顾问式服务； ⑤ 体验服务、个性服务 ⑥ 服务创新。	知识： ① 掌握普通客户与棘手客户的服务技巧； ② 了解超值服务的内容； ③ 掌握顾问式服务、个性服务、体验服务。 技能： ①能从容面对客户进行服务； ②根据实际的场景进行个性服务及服务创新； ③熟悉超值服务的使用范围	①不同类型客户服务的评价课件； ②思考与讨论：服务创新的动力是来源于客户的需求
5	客户投诉的处理技巧及综合训练	①客户为什么会投诉； ②有效处理客户投诉的意义； ③一般处理投诉的技巧； ④ 不同投诉及重大投诉的处理技巧 ⑤ 投诉带来的危机		①某企业争取处理客户投诉的调研报告； ②某企业客户服务与管理改善客户投诉的处理方案；

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
认识客户服务	4					4
客户服务礼仪	3		1	2		6
客户服务中的沟通技巧	3		1			4
客户服务技巧	2			2		4
不同类型客户的服务技巧	3		1			4
服务创新	4					4
客户投诉的处理技巧	2			2		4
处理客户服务压力的技巧	5		1			6
网络时代的客户服务	2			2		4

某企业正确处理客户投诉的调研报告	2			2		4
合计	30		4	10		44

二、教学建议

1.教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备系统的客户服务与管理的专业知识。

（4）有丰富的工商企业工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

教学组织设计建议见客户服务与管理学习情境 表1~表5。

客户服务与管理学习情境表1

学习领域	客户服务与管理		**总课时：**44
学习情境1	认识客户服务、客户服务礼仪		**课时：**10
教学目标	通过学习情境1的学习，使学生具备以下能力： 1、学会客户服务的分类与内容； 2、掌握客户服务人员的职业要求； 3、能够掌握服务礼仪。		
学习任务	1、理解客户服务的含义； 2、掌握客户服务的分类与内容； 3、理解客户服务人员的职业要求及服务意识； 4、掌握客户服务礼仪。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息； 3、通过课堂游戏、课外参与社会实践完成学习客户服务及礼仪的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**

导　入	教师通过相关案例，导入学生对学习客户服务与管理的兴趣，及对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握国内外客户服务的相关知识。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	7
检　查	1、任务完成，学生能读掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	1.5

客户服务与管理学习情境表 2

学习领域	客户服务与管理		**总课时：**44
学习情境 2	客户服务中的沟通技巧、客户服务技巧		**课时：8**
教学目标	通过学习情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1、掌握客户服务中的沟通技巧； 2、能够熟练运用客户服务技巧。		
学习任务	1、掌握沟通技巧、倾听技巧、提问技巧、身体语言和电话沟通技巧；掌握有效沟通的语言； 2、掌握客户服务技巧、理解客户的技巧、满足客户的期望、掌握留住客户并及时服务的技巧； 3、正确运用赞美客户的技巧。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得客户服务服务中的沟通技巧和客户服务技巧； 3、通过课外参与社会实践、分组组织同学完成学习客户服务及沟通的技巧。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**

导　入	通过相关案例导入客户服务及沟通技巧的知识点	讲授法 启发式教育法	0.5 分钟
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能对客户服务中的沟通技巧和客户服务技巧全面的掌握和运用；能分组进行模拟的实训和操练。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	7
检　查	1、任务完成，学生能掌握构建某商品供应链的相关知识点；能掌握不同供应商的合作方式。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、某商品供应链结构成果展示。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

客户服务与管理学习情境表 3

学习领域	客户服务与管理		**总课时：**44
学习情境 3	不同类型客户的服务技巧、服务创新		**课时：**8
教学目标	通过学习情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1、掌握普通客户的服务技巧、棘手客户的服务技巧； 2、会熟练运用服务创新； 3、能够进行总结；具备正确应对不同客户的服务技巧和设计创新的服务，具备真正让客户满意的服务创新能力。		
学习任务	1、普通客户的服务技巧； 2、棘手客户的服务技巧； 3、超值服务、顾问式服务、体验服务； 4、个性化服务、服务创新		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入不同类型客户的服务技巧、服务创新的知识点	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握不同类型客户的服务技巧，并能对服务创新、改进，让客户满意。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	7 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握不同类型客户的服务技巧；服务创新； 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、案例、讨论。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

客户服务与管理学习情境表 4

学习领域	客户服务与管理		**总课时：**44
学习情境 7	客户投诉的处理技巧、处理客户服务压力的及其		**课时：**10
教学目标	通过学习情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1、掌握客户投诉的处理技巧； 2、掌握客户服务压力的技巧。		
学习任务	1、弄明白客户为什么会投诉？有效处理客户投诉的意义； 2、一般投诉方式的服务技巧、重大投诉处理技巧； 3、投诉带来的危机分析； 4、处理客户服务压力的技巧。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关客户投诉的处理技巧及处理客户服务压力的技巧； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握客户投诉的处理技巧。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入客户投诉的处理技巧及处理客户服务压力的技巧	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生会操作客户服务与管理系统中客户的投诉技巧，能设计和编制处理客户服务压力的技巧。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	9 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握客户投诉的处理技巧。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

客户服务与管理学习情境表 5

<table>
<tr><td>学习领域</td><td colspan="2">客户服务与管理</td><td>总课时：44</td></tr>
<tr><td>学习情境 5</td><td colspan="2">网络时代客户服务、某企业正确处理客户投诉的调研报告</td><td>课时：8</td></tr>
<tr><td>教学目标</td><td colspan="3">通过学习情境 5 的学习，使学生具备以下能力：
1、具有自主学习的能力；
2、通过实地调查，某企业正确处理客户投诉的调研报告。</td></tr>
<tr><td>学习任务</td><td colspan="3">1、掌握如何推动网络客户服务能力；
2、组织开拓网络客户服务实施；
3、在调研的基础上，分析：某企业正确处理客户投诉的调研报告，针对其存在缺陷提出改进方案，撰写一份关于“某企业客户服务与管理的改善方案”。
4、每个小组利用多媒体设备介绍各组方案，要求有 ppt 的课件。</td></tr>
<tr><td>教学条件</td><td colspan="3">1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法；
2、通过网络查询获得相关网络客户服务的最新动向；
3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。</td></tr>
<tr><td>教学材料</td><td colspan="3">1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件</td></tr>
<tr><td>工具材料</td><td colspan="3">电脑、网络、投影仪、优盘</td></tr>
<tr><td>其他信息</td><td colspan="3">教材配套光盘</td></tr>
<tr><td>教学阶段</td><td>工 作 过 程</td><td>教学方法建议</td><td>学时</td></tr>
<tr><td>导　入</td><td>教师通过案例的引入，导入学生对客户服务与管理方案中关于网络时代客户服务的最新发展动向，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。</td><td>案例教学法
讲授法
启发式教育法</td><td>0.5 课时</td></tr>
<tr><td>教学进程</td><td>以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生具备提出某企业客户服务与管理的改善方案的能力。</td><td>任务驱动教学法
讨论教学法
多媒体演示</td><td>6.5 课时</td></tr>
<tr><td>检　查</td><td>1、任务完成，学生能掌握网络时代的客户服务。
2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。</td><td>讨论教学法</td><td rowspan="2">1 课时</td></tr>
<tr><td>评　估</td><td>过程考核：
1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌
2、对某企业进行调研，撰写某企业客户服务与管理的改善方案的调研报告。
结果考核：供应链改善方案展示</td><td>讨论教学法</td></tr>
</table>

三、教学评价建议

对于客户服务与管理课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照客户服务与管理流程的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核客户服务与管理的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例％
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	1、 基本任务完成情况； 2、 小组协作情况； 3、 职业素养的能力； 4、 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以客户服务与管理的业务流程为主线，将客户服务与管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《客户服务与管理实务》　李先国　曹献存　主编　清华大学出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国客户服务网 http://www.cncs100.com/

六、课程资源的利用与开发

利用课程网络资源，既激发学生课程学习的兴趣和动力，也有效地提高了学生各方面的能力，同时也为教师提供了一个教学资源共享和交流的平台。深受师生欢迎。

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：田天沐

审核：

制订日期： 2011.6

4.《市场调研与预测》课程标准

课程代码：0102002
课程名称：市场调查与预测
英文名称：Market Research and Forecast
课程类型:专业理论课
总 学 时：64　　讲课学时：32　　实践学时：32
学　　分：4
适用对象：市场营销专业
先修课程：经济学基础、市场营销

第一部分　前言

一、课程性质与地位

《市场调查与预测》是市场营销专业开设的一门专业技能课程，是为了培养学生专业核心能力——市场调研能力而设置。它市场营销专业的主干课程之一，也是培养市场调查员、助理市场调查师、助理营销师及营销经理必需的职业能力核心课程。“市场调查与预测”是随市场经济的发展而产生与发展起来的一门综合性、应用性的新学科，它属于现代管理学范畴。本课程目标确立为知识学习、职业能力培养和社会能力培养等“三大目标”，通过学习使学生具备市场调研方案设计技能、市场信息的现场组织和收集技能、市场信息的整理分析技能和调研报告的撰写技能等“四项专业技能”，同时培养学生口才表达、协调沟通、团队协作、理解、计划组织、逻辑思维、创新、决策、自我管理等“九方面社会能力”，为能够胜任市场调研员、助理市场调查师、助理营销师等工作岗位提供智力和技能支持。本课程以《经济学基础》、《市场营销》等课程为基础，也是进一步学习其它专业技能课程，形成营销专业综合职业能力的基础。

二、课程基本理念

本课程设计以教育部【2006】16 号文件精神要求为切入点，以服务为宗旨，以就业为导向，以提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力为目标，以职业能力培养为重点，按照国家职业资格认证对助理市场调查师职业岗位的要求，结合企业实际工作业务流程设计和开发教学内容。

在营销专业“把需要工作的学生培养成能够适应营销岗位工作需要的具有职业能力的创新型营销合格职业人才”培养理念的指导下，《市场调查预测》课程要确立“把学生培养成能够适应市场调研员、助理市场调查师、助理营销师及营销经理等岗位需要的具有调研方案设计、调研信息收集、调研信息整理分析、调研报告撰写等职业能力的创新型合格职业人”的培养理念。

三、课程设计思路

在课程设计理念指导下，坚持以项目为导向，以工作过程为主线，以注重培养学生综合能力为宗旨，以“349 能力链”（见图 1）为基础，通过建立“教学做合一”的学习情境，以任务驱动方式，按照企业实际市场调研工作过程组织教学，使学生在完成工作任务过程中学会市场调研的相关知识和技能，培养了实际操作能力，提高了职业素质，也为其他专业课程的学习和将来就业奠定了良好的基础。

首先，从本课程在整个专业学习领域体系中的定位和职业岗位能力的需要出发，确定了本课程教学的知识学习、职业能力培养和社会能力培养“三大目标”，和应培养的市场

调研方案设计技能、市场信息的现场组织和收集技能、市场信息的整理分析技能和调研报告的撰写技能等“四项专业技能”，以及口才表达、协调沟通、团队协作、理解、计划组织、逻辑思维、创新、决策、自我管理等“九方面社会能力”，以明确课程任务。然后，以知识的掌握服务于能力的构建为原则，围绕职业能力，以实际市场调研工作过程为主线来设计课程内容，形成了“进入市场调研”、“设计市场调研方案”、“组织实施市场调研”、“形成调查结果”等“四大项目”，并在此基础上进一步分解成“组建调研团队”、“认知市场调研”、“界定调研主题与内容”、“设计调查表”、“选择调查方式与方法”、“撰写与宣讲市场调研方案”、“组织实施市场调研”、“整理分析调研信息”、“撰写与提交市场调研报告”等“九个工作任务”，并以任务驱动方式，以市场调研的“四个完整工作过程”为依托、以第一课堂（理论课堂：理论学习＋课内实训　）为基础，第二课堂（实践课堂：基地＋论坛＋营销协会）为依托，第三课堂（社会课堂：假期＋实习）为关键的“三课堂形态”相结合、注重形成过程考核的“九维度评价体系”的方式组织实施教学，综合学生评价、组长评价、教师评价和社会评价等四个方面，从考勤、课堂表现、任务完成情况、知识测试、学生自评、学生互评、组长评价、企业评价和教师评价等九个维度进行，力图从态度、素质、知识、能力等方面进行全面评价。实现了课程内容由传统的学科结构向工作过程导向的转变，教学过程由注重知识传授向能力培养的转变。

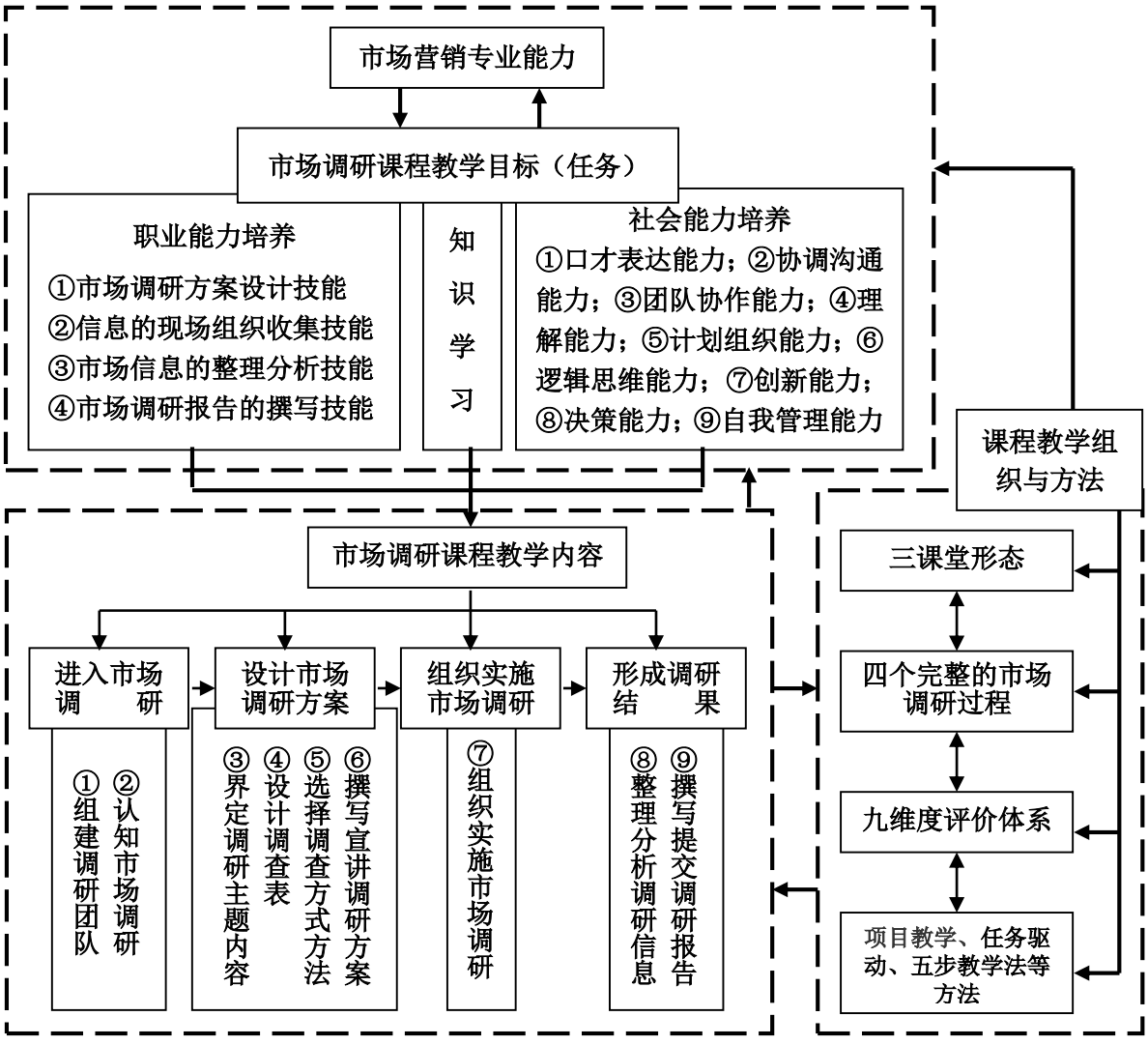


图 1　市场调研课程“349 能力链”

一、总体目标

本课程目标确立为知识学习、职业能力培养和社会能力培养等“三大目标”，通过学习使学生具备市场调研方案设计技能、市场信息的现场组织和收集技能、市场信息的整理分析技能和调研报告的撰写技能等“四项专业技能”，同时培养学生口才表达、协调沟通、团队协作、理解、计划组织、逻辑思维、创新、决策、自我管理等“九方面社会能力”。

二、分类目标

1、知识学习目标

（1）掌握市场调研的相关概念、市场调研的内容、市场调研方案的构成；

（2）理解掌握问卷设计的基本结构与内容；

（3）掌握市场调研的四种基本方式：重点调查、普查、典型、抽样；掌握市场调研的方法：文案调查法、访谈法、观察法、实验法、网络调查法等；

（4）理解掌握对所收集资料做定量、定性分析的整理步骤；掌握几种常见的资料整理技术；

（5）理解掌握定性分析（归纳分析、类比分析、推理分析、对应分析法）与定量分析法（描述性分析和解析性分析法）等内容；

（6）理解掌握市场调研报告的结构和内容；

（7）理解掌握市场预测的基本框架和相关知识。

2、职业能力培养目标

（1）进行设计市场调研方案的能力；

（2）进行问卷设计的能力；

（3）进行市场信息收集的能力；

（4）进行市场信息整理的能力；

（5）进行市场信息分析的能力；

（6）撰写市场调研报告的能力；

（7）宣读市场调研报告的能力；

（8）初步的市场预测能力

3、社会能力目标

（1）培养岗位职业道德；

（2）培养团队合作精神；

（3）培养创新能力；

（4）培养自我管理、自我培养的能力；

（5）学生口才表达能力；

（6）理解、沟通、协调能力；

（7）计划组织、逻辑思维与决策能力。

第三部分 课程教学内容标准及课时分配

序号	学习情境	知识学习目标	学习目标	作业成果

1	认知市场调研	① “市场调研”课程的定位、内容结构、教学与考核方法； ②市场调查的含义、必要性、原则、类型和步骤。	**知识：** ①了解“市场调研”课程的定位、内容结构、教学与考核方法；②掌握、理解市场调查的含义、必要性、原则、类型和步骤。 **职业能力：** ①能够认识到市场调研的意义，具有初步市场调研意识；②能对市场调研有一个基本的认知。 **社会能力：** 培养学生逻辑思维能力、自我管理能力、口才表达能力。	
2	组建调研团队	①市场调研行业和主要市场调研机构； ②市场调研机构的内部组成和组建方法。	**知识：** ①了解市场调研行业和主要市场调研机构； ②了解市场调研机构的内部组成和组建方法。 **职业能力：** ①能成立虚拟调查公司，明确岗位职责；②能设计团队形象、制定团队制度。 **社会能力：** 培养学生创新能力、自我管理能力、计划组织能力。	全班同学组建成 10 个左右由 4-6 人组成的模拟调研团队
3	界定调研主题与内容	①市场调研的内容； ②市场调研主题、目的和任务、调查对象和调查单位、调查项目和调查内容的含义； ③市场调查主题的分类和确定的步骤； ④调查目的和任务的确定方法； ⑤调查项目的和调查内容的确定的步骤和方法。	**知识：** ①熟悉市场调研的内容；②理解市场调研主题、目的和任务、调查对象和调查单位、调查项目的和调查内容的含义；③了解市场调查主题的分类和确定的步骤；④掌握调查目的和任务的确定方法；⑤掌握调查项目的和调查内容的确定的步骤和方法。 **职业能力：** ①能根据接受的实际调研任务，界定调研主题；②能根据主题正确地确定调查目的和任务；③能确定调查对象和调查单位；④能根据调研目的任务需要正确确定调研项目和具体内容。 **社会能力：** 培养学生团队协作、协调沟通、理解、口才表达、创新、决策、逻辑思维和自我管理能力。	撰写调研任务的主题、目的和任务、调查对象和调查单位、调查项目和调查内容。
4	确定调查方式与方法	①市场信息收集的步骤； ②市场调研的四种基本调查方式：重点调查、普查、典型调查和抽样调查； ③文案调查法、访问调查法、观察法、实验调查法、网络调查法的涵义、特点及其具体运用。	**知识：** ①了解市场信息收集的步骤；②熟悉市场调研的四种基本调查方式：重点调查、普查、典型调查和抽样调查；③掌握文案调查法、访问调查法、观察法、实验调查法、网络调查法的涵义、特点及其具体运用。 **职业能力：** ①能根据实际情况选择合适的调查方式来选取确定调查对象；②能够正确选择市场调查方法；③能够运用二手资料调查；④能运用实地调查方法	撰写调研任务的调查方式与方法。

			进行调查；⑤能进行抽样操作。 **社会能力：** 培养学生口才表达、协调沟通、团队协作、理解、逻辑思维、创新、决策、自我管理能力。	
5	设计调查表	①市场调查表的概念； ②调查问卷的基本结构； ③问卷问题的类型； ④问题与答案设计的技巧； ⑤问卷组织与编排的技巧； ⑥问卷的评估标准。	**知识：** ①理解市场调查表的概念；②掌握调查问卷的基本结构；③熟悉问卷问题的类型；④掌握问题与答案设计的技巧；⑤掌握问卷组织与编排的技巧；⑥熟悉问卷的评估标准。 **职业能力：** ①能够设计问卷的问题与答案；②能够进行问卷的组织与编排；③能够综合评估和制作问卷。 **社会能力：** 培养学生口才表达、协调沟通、团队协作、理解、逻辑思维、创新、决策、自我管理能力。	撰写调研任务的相关调查表。
6	撰写与汇报市场调研方案	①市场调研方案撰写的基本格式和内容要求，以及相关技巧； ②市场调查方案的评价标准。	**知识：** ①掌握市场调研方案撰写的基本格式和内容要求，以及相关技巧；②熟悉市场调查方案的评价标准。 **职业能力：** ①能按要求设计撰写一份完整的市场调研方案；②能对市场调研方案进行合理地讨论和修改；③能进行合理的解释说明和汇报。 **社会能力：** 培养口才表达、协调沟通、团队协作、理解、逻辑思维能力	撰写调研方案
7	组织实施市场调研	①市场调查人员应该具备的素质； ②培训调查人员的方式及内容； ③对市场调查项目控制与调查人员控制的内容； ④实地调查的相关技巧。	**知识：** ①了解市场调查人员应该具备的素质；②掌握培训调查人员的方式及内容；③了解对市场调查项目控制与调查人员控制的内容；④掌握实地调查的相关技巧。 **职业能力：** ①能够组建市场调查工作组；②能对市场调查人员进行培训；③能够管理控制市场调查人员；④能根据设计的调查方案进行实地调查，有效收集相关信息。 **社会能力：** 培养口才表达、协调沟通、团队协作、计划组织、创新、决策、自我管理能力	调查回收的调查表
8	整理分析调研信息	①资料整理的含义； ②资料整理应注意的问	**知识：** ①了解资料整理的含义；②熟悉资料整理应注意	数据整体分析表

		题； ③市场调查资料的陈示方法； ④定性、定量描述与解析分析的方法； ⑤市场预测的概念、特征、原则、种类、步骤和基本方法。	的问题；③掌握市场调查资料的陈示方法；④掌握定性、定量描述与解析分析的方法；⑤了解市场预测的概念、特征、原则、种类、步骤和基本方法。 **职业能力：** ①能够对问卷进行登记、审核、分组、编码与录入；②能够对市场调查资料进行列示；③能够对调查资料进行定性、定量描述和解析分析；④能够运用简单方法对市场进行一定的预测。 **社会能力：** 培养学生口才表达、团队协作、理解、逻辑思维、决策能力	
9	撰写与提交市场调查报告	①调研报告的作用； ②调研报告的内容、结构、写作方法和步骤； ③提交市场调查报告的方法； ④报告宣讲、汇报的基本要领、礼仪等； ⑤调查结论检查的技巧。	**知识：** ①了解调研报告的作用；②掌握调研报告的内容、结构、写作方法和步骤；③了解解释说明及提交市场调查报告的方法；④掌握报告宣讲、汇报的基本要领、礼仪等；⑤掌握调查结论检查的技巧。 **职业能力：** ①能够正确编写市场调查报告；②能够向客户解释并提交、汇报市场调研报告；③能够自我评价调研报告。 **社会能力：** 培养学生口才表达、协调沟通、团队协作、理解、创新、决策能力	市场调研报告

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
认知市场调研	4		2			6
组建调研团队	1			1		2
界定调研主题与内容	3			3		6
确定调查方式与方法	6		2	6		14
设计调查表	3			3		6
撰写与汇报市场调研方案	1			3		4
组织实施市场调研	2			6		8
整理分析调研信息	6			6		12
撰写与提交市场调查报告	2			4		6
合　　计	**28**		**4**	**32**		**62**

二、教学建议

（一）教师的基本要求

1.掌握市场调查的基础理论和方法，具备实现市场调查课程知识学习目标的能力。

2.具备实现市场调查课程职业能力培养目标、社会能力培养目标的能力。

3.具备运用现代市场调查的基础理论和方法分析营销问题和解决营销过程中问题的技巧能力。

4.具备案例分析、撰写市场调查方案的能力。

（二）课堂形式

构建三课堂形态体系：

第一课堂	+	第二课堂	+	第三课堂
为基础		为依托		为关键
理论课堂		实践课堂		社会课堂
（理论学习）		（基地+论坛+营销协会）		（假期+ 实习）

（三）教学方法

以调动学生积极性为核心，以实践教学为主线，多种教学方法并用。

1、项目教学法

整个课程教学采用项目教学，与传统的教学相比，由以教师为中心转变为以学生为中心，由以课本为中心转变为以“项目”为中心，由以课堂为中心转变为以实际调研工作为中心。运用项目教学法进行教学设计的时候，我们强调学生是认知的主体、是知识意义的主动建构者。根据项目教学的教法思路和教学设计原则，整个课程教学采用一个实际企业委托的调研项目为主线，将学生进行模拟分组，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

2、任务驱动法

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行,学生在教师的引导下开展探究性学习,通过参与任务解决的过程,实现学生主动学习,学与做相结合。

3、情景教学法

调动学生的学习积极性，促使学生自主学习、自主探究，在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及调研工作的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。比如在项目任务五中选择调研方法进行信息收集时，一些具体的调研方法如何选择，如何运用，我们就可以利用利用电教创设情境，借助板画展示情境，借助语言入情境，这样就将比较抽象的方法生动化，学生易学易懂。

4、角色扮演法

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

5、其他教学方法

除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善以参与式、体验式、交互式和模拟教学等实践教学为基本形式的多种方法。

（1）头脑风暴法。针对讲授中、案例中、学生身边提出的问题，由学生应用所学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

（2）案例分析。案例分析是教学联系实际的特色形式，本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中

形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，也不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和提升。

（3）调查与访问。在课外，组织学生进行社会调查，除结合身边事物进行调查、设计与分析外，必须结合现实选择有代表性的主题，做有意义的、实际调查活动。并切实完成调查活动的全过程。

（4）岗位见习。有计划的安排学生轮流到共建单位的生产、经营现场观察、实践，在实践专家的直接指导下亲自体验并处理有关调研与预测问题。

（5）网络冲浪。现代教学应充分利用互联网，对营销专业学生而言，这是一种特殊的接触实际的窗口。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解目标企业状况，搜集最新信息，学习最新知识，思考与分析现实问题。

（6）调研沙龙。针对课程的特点，选择一个特定的问题，事先进行较为充分的准备；然后，让师生实践专家集聚在一起，在轻松的氛围中进行畅谈，相互启发，也可以争论，形成相同或不同的思路；并于事后形成文字材料。

（四）教学组织设计的建议

为了保证教学做的连续性，建议以 2－4 课时为一个教学单元。具体组织安排如下（2 课时/教学单元）。

学习情境表 1

学习情境 1	**认知市场调研**		**6 学时**
教学目标	**知识目标：** ①了解“市场调研”课程的定位、内容结构、教学与考核方法；②掌握、理解市场调查的含义、必要性、原则、类型和步骤。 **职业能力目标：** ①能够认识到市场调研的意义，具有初步市场调研意识；②能对市场调研有一个基本的认知。 **社会能力目标：** 培养学生逻辑思维能力、自我管理能力、口才表达能力。		
学习任务	对市场调研有一个初步的认知，掌握、理解市场调查的含义、必要性、原则、类型和步骤，认识到市场调研的意义，具有初步市场调研意识。		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识； 2.学生在课堂和课外通过相互交流、讨论，充分认识市场调研的意义，形成初步的市场调研意识。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师介绍“市场调研”课程的定位、内容结构、教学与考核方法； 2、教师下发任务书（从案例中怎样正确认知市场调研）； 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	2

2、任务实施	学生搜集与 “市场调研”相关的资料	自主学习法 小组讨论法	1
3、交流讨论	学生分组讨论对市场调查的含义、必要性、原则、类型和步骤的理解与心得体会	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	2
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1

学习情境表 2

学习情境 2	组建调研团队		2 学时
教学目标	**知识：** ①了解市场调研行业和主要市场调研机构； ②了解市场调研机构的内部组成和组建方法。 **职业能力：** ①能成立虚拟调查公司，明确岗位职责；②能设计团队形象、制定团队制度。 **社会能力：** 培养学生创新能力、自我管理能力、计划组织能力。		
学习任务	在充分了解市场调研行业和主要市场调研机构，以及市场调研机构的内部组成和组建方法的基础上，组建模拟调研团队。		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2.学生在课外通过相互交流、讨论，形成调研团队并上报学习委员。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（组建由 4-6 人组成的模拟调研团队，拟定名称，明确各成员在拟团队中的角色与主要职责，并制作说明 PPT。）； 2、教师讲解市场调研行业和主要市场调研机构，以及市场调研机构的内部组成和组建方法等相关知识内容； 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	1
2、任务实施	1、学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，在课外通过交流、讨论，组建创业团队，并制作说明 PPT。 2、在老师的指导下，组建创业团队，完成任务。	自主学习法 小组讨论法	课外
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1

4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

学习情境表 3

学习情境 3	界定调研主题与内容		6 学时
教学目标	**知识：** ①熟悉市场调研的内容；②理解市场调研主题、目的和任务、调查对象和调查单位、调查项目的和调查内容的含义；③了解市场调查主题的分类和确定的步骤；④掌握调查目的和任务的确定方法；⑤掌握调查项目的和调查内容的确定的步骤和方法。 **职业能力：** ①能根据接受的实际调研任务，界定调研主题；②能根据主题正确地确定调查目的和任务；③能确定调查对象和调查单位；④能根据调研目的任务需要正确确定调研项目和具体内容。 **社会能力：** 培养学生团队协作、协调沟通、理解、口才表达、创新、决策、逻辑思维和自我管理能力。		
学习任务	设计并撰写调研任务的主题、目的和任务、调查对象和调查单位、调查项目和调查内容等内容。		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识； 2.学生在课堂和课外通过相互交流、讨论，能够有交利用网络、图书馆查找相关资料。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（如何确定调查主题和内容）； 2、教师讲解市场调研的内容、调研主题、目的和任务、调查对象、调查单位、调查项目、调查内容的含义，以及确定主题与内容的方法与步骤。 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	2
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各自任务。	自主学习法 小组讨论法 角色扮演法	3
3、成果汇报与点评	1、分组汇报任务完成情况和成果； 2、老师对每组完成情况进行点评。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值；	角色扮演法 案例教学法	

	2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	小组讨论法	

学习情境表 4

学习情境 4	确定调查方式与方法		14 学时
教学目标	**知识：** ①了解市场信息收集的步骤；②熟悉市场调研的四种基本调查方式：重点调查、普查、典型调查和抽样调查；③掌握文案调查法、访问调查法、观察法、实验调查法、网络调查法的涵义、特点及其具体运用。 **职业能力：** ①能根据实际情况选择合适的调查方式来选取确定调查对象；②能够正确选择市场调查方法；③能够运用二手资料调查；④能运用实地调查方法进行调查；⑤能进行抽样操作。 **社会能力：** 培养学生口才表达、协调沟通、团队协作、理解、逻辑思维、创新、决策、自我管理能力。		
学习任务	根据主题的不同选择合适的调查方式与方法		
教学条件	1. 学生在多媒体教室获得所需知识； 2. 学生在课堂和课外通过相互交流、讨论，能够有交利用网络、图书馆查找相关资料。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（如何确定调查方式与方法）； 2、教师讲解相关知识点： ①市场信息收集的步骤； ②市场调研的四种基本调查方式：重点调查、普查、典型调查和抽样调查； ③文案调查法、访问调查法、观察法、实验调查法、网络调查法的涵义、特点及其具体运用。 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	8
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各自任务。	自主学习法 小组讨论法 角色扮演法	4
3、成果汇报与点评	1、分组汇报任务完成情况和成果； 2、老师对每组完成情况进行点评。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	2
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值；	角色扮演法 案例教学法	

	2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	小组讨论法	

学习情境表 5

学习情境 5	设计调查表		6 学时
教学目标	**知识：** ①理解市场调查表的概念；②掌握调查问卷的基本结构；③熟悉问卷问题的类型；④掌握问题与答案设计的技巧；⑤掌握问卷组织与编排的技巧；⑥熟悉问卷的评估标准。 **职业能力：** ①能够设计问卷的问题与答案；②能够进行问卷的组织与编排；③能够综合评估和制作问卷。 **社会能力：** 培养学生口才表达、协调沟通、团队协作、理解、逻辑思维、创新、决策、自我管理能力。		
学习任务	根据主题的不同设计调研任务的相关调查表。		
教学条件	1. 学生在多媒体教室获得所需知识； 2. 学生在课堂和课外通过相互交流、讨论，能够有交利用网络、图书馆查找相关资料。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（如何确定调查方式与方法）； 2、教师讲解相关知识点： ①市场调查表的概念； ②调查问卷的基本结构； ③问卷问题的类型； ④问题与答案设计的技巧； ⑤问卷组织与编排的技巧； ⑥问卷的评估标准。 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	3
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各自任务。	自主学习法 小组讨论法 角色扮演法	2
3、成果汇报与点评	1、分组汇报任务完成情况和成果； 2、老师对每组完成情况进行点评。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

	价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。		

学习情境表 6

学习情境 6	撰写与汇报市场调研方案		4 学时
教学目标	**知识：** ①掌握市场调研方案撰写的基本格式和内容要求，以及相关技巧；②熟悉市场调查方案的评价标准。 **职业能力：** ①能按要求设计撰写一份完整的市场调研方案；②能对市场调研方案进行合理地讨论和修改；③能进行合理的解释说明和汇报。 **社会能力：** 培养口才表达、协调沟通、团队协作、理解、逻辑思维能力		
学习任务	根据主题的不同设计、撰写市场调研方案		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识； 2.学生在课堂和课外通过相互交流、讨论，能够有交利用网络、图书馆查找相关资料。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（如何撰写一份完整的市场调研方案并汇报）； 2、教师讲解相关知识点： ①市场调研方案撰写的基本格式和内容要求，以及相关技巧； ②市场调查方案的评价标准。 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	1
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各自任务。	自主学习法 小组讨论法 角色扮演法	2
3、成果汇报与点评	1、分组汇报任务完成情况和成果； 2、老师对每组完成情况进行点评。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

学习情境表 7

学习情境 7	组织实施市场调研		8 学时
教学目标	**知识：** ①了解市场调查人员应该具备的素质；②掌握培训调查人员的方式及内容；③了解对市场调查项目控制与调查人员控制的内容；④掌握实地调查的相关技巧。 **职业能力：** ①能够组建市场调查工作组；②能对市场调查人员进行培训；③能够管理控制市场调查人员；④能根据设计的调查方案进行实地调查，有效收集相关信息。 **社会能力：** 培养口才表达、协调沟通、团队协作、计划组织、创新、决策、自我管理能力		
学习任务	按设计的市场调研方案组织实施，收集相关资料。		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识； 2.学生在课堂和课外通过相互交流、讨论，能够有交利用网络、图书馆查找相关资料。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（按方案实施市场调研）； 2、教师讲解相关知识点： ①市场调查人员应该具备的素质； ②培训调查人员的方式及内容； ③对市场调查项目控制与调查人员控制的内容； ④实地调查的相关技巧。 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	1
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各自任务。	自主学习法 小组讨论法 角色扮演法	6
3、成果汇报与点评	1、分组汇报任务完成情况和成果； 2、老师对每组完成情况进行点评。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

学习情境表 8

学习情境 8	整理分析调研信息	12 学时

教学目标	**知识：** ①了解资料整理的含义；②熟悉资料整理应注意的问题；③掌握市场调查资料的陈示方法；④掌握定性、定量描述与解析分析的方法；⑤了解市场预测的概念、特征、原则、种类、步骤和基本方法。 **职业能力：** ①能够对问卷进行登记、审核、分组、编码与录入；②能够对市场调查资料进行列示；③能够对调查资料进行定性、定量描述和解析分析；④能够运用简单方法对市场进行一定的预测。 **社会能力：** 培养学生口才表达、团队协作、理解、逻辑思维、决策能力		
学习任务	对收集的相关资料采用适当的方法进行整理与分析，得出相关结论。		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识； 2.学生在课堂和课外通过相互交流、讨论，能够有交利用网络、图书馆查找相关资料。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书(对收集的相关资料进行整理和分析)； 2、教师讲解相关知识点： ①资料整理的含义； ②资料整理应注意的问题； ③市场调查资料的陈示方法； ④定性、定量描述与解析分析的方法； ⑤市场预测的概念、特征、原则、种类、步骤和基本方法。 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	6
2、任务实施	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各自任务。	自主学习法 小组讨论法 角色扮演法	4
3、成果汇报与点评	1、分组汇报任务完成情况和成果； 2、老师对每组完成情况进行点评。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	2
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

学习情境表 9

学习情境 9	**撰写与提交市场调查报告**	6 学时

<table>
<tr><td>教学目标</td><td colspan="3">知识：
①了解调研报告的作用；②掌握调研报告的内容、结构、写作方法和步骤；③了解解释说明及提交市场调查报告的方法；④掌握报告宣讲、汇报的基本要领、礼仪等；⑤掌握调查结论检查的技巧。
职业能力：
①能够正确编写市场调查报告；②能够向客户解释并提交、汇报市场调研报告；③能够自我评价调研报告。
社会能力：
培养学生口才表达、协调沟通、团队协作、理解、创新、决策能力</td></tr>
<tr><td>学习任务</td><td colspan="3">撰写与提交市场调查报告</td></tr>
<tr><td>教学条件</td><td colspan="3">1.学生在多媒体教室获得所需知识；
2.学生在课堂和课外通过相互交流、讨论，能够有交利用网络、图书馆查找相关资料。</td></tr>
<tr><td>教学材料</td><td colspan="3">授课计划、多媒体课件</td></tr>
<tr><td>工具材料</td><td colspan="3">多媒体</td></tr>
<tr><td>其他信息</td><td colspan="3">教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）</td></tr>
<tr><td>教学阶段</td><td>工作过程</td><td>教学方法建议</td><td>学时</td></tr>
<tr><td>1、任务布置与知识讲解</td><td>1、教师下发任务书（撰写与提交市场调查报告）；
2、教师讲解相关知识点：
①调研报告的作用；
②调研报告的内容、结构、写作方法和步骤；③提交市场调查报告的方法；
④报告宣讲、汇报的基本要领、礼仪等；
⑤调查结论检查的技巧。
3、教师解答学生提出问题。</td><td>讲授法
案例教学法</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2、任务实施</td><td>学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各自任务。</td><td>自主学习法
小组讨论法
角色扮演法</td><td>2</td></tr>
<tr><td>3、成果汇报与点评</td><td>1、分组汇报任务完成情况和成果；
2、老师对每组完成情况进行点评。</td><td>角色扮演法
案例教学法
小组讨论法</td><td rowspan="2">2</td></tr>
<tr><td>4、评估</td><td>1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值；
2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩；
3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。</td><td>角色扮演法
案例教学法
小组讨论法</td></tr>
</table>

三、教学评价建议

本课程采用采用“九维度评价体系”，综合学生评价、组长评价、教师评价和社会评价等四个方面，从考勤、课堂表现、任务完成情况、知识测试、学生自评、学生互评、组长评价、企业评价和教师评价等九个维度进行，力图从态度、素质、知识、能力等方面进

行全面评价。评价中注重形成过程的考核、自我管理和团队管理，让学生在活动中增加团队合作意识和开拓创新能力。

维　度	考核方式	实施者	比例	评价标准
考　勤	每次教学活动考勤	教师和组长	5%	以 100 分为基础。请病假每节课扣 2 分，事假每节课扣 3 分，迟到或早退一次扣 4 分，旷课 1 节课扣 5 分。
课堂表现	每次教学活动中的参与情况	教师	5%	教师日常考核与记录评价，满分 100 分，包括日常活动的积极性、纪律、观察事物的角度、团队合作、吃苦耐劳、回答问题等情况。
组任务完成情况	教师对组每次任务完成情况评价	教师或企业	50%	满分为 100 分，每次采取综合打分，作为本组学生成绩的基础系数分。
组长评价	组长对每位成员任务完成情况评价	组长		满分为 100 分，每次采取综合打分，并乘以老师基础分系数，取平均分。
学生自评	每次任务自评	学生		满分为 100 分，每次采取综合打分，并乘以老师基础分系数，取平均分。
学生互评	每次任务互评	学生/组长		满分为 100 分，每次采取综合打分，并乘以老师基础分系数，取平均分。
知识点测试	期末考试	老师	30%	总分为 100 分。
教师评价	日常记录	教师	10%	教师日常考核与记录综合评定，满分 100 分。
企业评价	对外承接任务完成情况	企业或社会	附加	本项分为附加分，满分为 10 分，根据企业的评价情况给分，计入总评分。

四、推荐教材和教学参考书

1、教材选取的原则

（1）教材体现“把需要工作的学生培养成能够适应营销岗位工作需要的创新型营销合格职业人”的理念。

（2）教材内容体现职业性、先进性、通用性、实用性，能够培养营销职业岗位需要的发现顾客需求、满足顾客需求的职业能力。

（3）教材中实践教学活动设计的内容具体，并具有可操作性。

2、建议教材

自编教材，未自编前可选用《市场调查与预测》（第 2 版），于翠华主编，电子工业出版社，2008 年

3、主要参考书：

《市场调查与预测》，魏炳麒主编：东北财经大学出版社

《市场调查与预测》，徐阳编著，高教出版社，2003 年

《如何创办市场调查公司》［专著］，杜跃平等编著，2003 年

《市场经济预测与决策》，张保法，中国统计出版社，1993 年

《市场营销实务与案例》，王珑主编，2002 年

4、课外参考书：

《销售与市场》　　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

5、学习网站

（1）中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

（2）中国教育网 http://www.cer.net/

（3）河南教育厅网站 http://www.hadoe.edu.cn/

（4）中国直销传播网　http://manage.org.cn/

（5）中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

（6）中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

（7）我学网　http://www.5xue.com

（8）中国市场调查网　http://www.cnscdc.com/

（9）中国市场研究网　http://www.cmrn.com.cn/

（10）零点调查公司　http://www.horizon-china.com/

（11）中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

（12）全球品牌网　http://www.globrand.com/

五、课程资源的利用与开发

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，必须大力开发与课程相关的教学设计、学习评价表、实训指导书、教学课件、教学视频等教学指导文件。

课程标准制订人：陈学忠

审　　核：

制订日期：2011.4

5.《推销与谈判》课程教学标准

课程代码:

课程名称：推销与谈判

英文名称：

课程类型:核心专业课程（专业必修课）

总 学 时：64　　讲课学时：52　　实践学时：12

学　　分：4

适用对象：市场营销专业、电子商务专业、连锁经营专业及商务代理专业

先修课程：市场营销学

第一部分 前言

一、课程性质与地位

《推销与谈判》是高职院校市场营销专业的一门专业核心课程，本课程是在学习《市场营销学》和《市场调研与预测》之后，运用推销与谈判的原理和技巧，向顾客进行推销准备、寻找顾客、约见、接近、洽谈和成交的全过程。通过本课程学习，使学生不但能熟悉推销与谈判的基本理论和基本方法，与学生助理营销师的考试接轨；更应熟练掌握基本技能，使学生具备从事推销与谈判等业务工作的能力，同时还注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养。

二、课程基本理念

本课程以就业为导向，根据高职院校学生的特点和认知规律，依据助理营销师考证的标准，在企业行业专家对市场营销专业所涵盖的岗位群进行任务与职业能力分析的基础上，遵循工作过程系统化的课程开发思路，以推销准备、寻找顾客、约见、接近、洽谈和成交等业务能力为课程主线。根据不同能力的特征和要求，合理设计教学单元，采用以任务驱动的项目教学法，运用情景模拟、角色互换、仿真操作、分组讨论等多种教学方法。通过工作任务整合相关知识和能力，融“教、学、做”为一体，注重对学生推销与谈判的职业能力、职业技能和职业道德的训练和培养，提升学生的岗位适应能力。

三、课程设计思路

根据基于工作过程的课程开发思路和营销员职业岗位的设置，将《推销与谈判》课程设置成七个教学项目(即教学情境)，也就是 7 项综合能力，再将每项综合能力分解成若干

专项能力（工作任务），然后将每一工作项目（综合能力）为一基本模块，每一模块与特定的职业能力培养相结合，采用综合化与模块化相结合的方式构建课程的内容体系。教师在授课过程中，根据各教学情境，围绕工作任务，以实践知识为主，在课程内容的选择上突破课程内容理论化的局限，其理论知识以“满足实践操作”为选择标准；在课程内容排序上，突破课程内容排列系统化的不足，而是以任务的难易程度而不是知识的逻辑结构排序；课程目标从“掌握……知识，具备……能力”的模糊要求转向“会用……知识做……事情”的具体要求；教学方法以案例教学法、项目导向法和任务驱动法为主；对教学的评价以学生对所学知识和技能的实际应用为依据。

第二部分 课程目标

一、总体目标

《推销与谈判》是一门多种学科渗透交叉的综合性应用学科，它着力研究交易过程中推销与谈判的原理、策略和技巧，力图通过对推销与谈判原理、策略与技巧的探求，将变幻莫测的推销与谈判活动还原为一种科学性的活动，从而揭示推销与谈判活动的规律、原则、艺术。因而全部研究是围绕推销与谈判两个研究空间展开的，涉及原理与策略、技巧两个层面。推销与谈判是一门有着独特框架体系和丰富研究内容，具有很强的应用性与操作性的课程。

本课程的目的主要是：明确推销与洽谈的意义和目的，掌握推销与洽谈的基本原理和基本策略以及方法，认识它在企业经营中的重要性和必要性。

二、分类目标

1、学生知识结构目标

（1）正确认识推销观念。

（2）掌握推销模式与推销方格理论。

（3）掌握谈判的特征，掌握谈判的计划制定和团队管理，掌握谈判的原则。

（4）掌握寻找、约见与接近顾客的方法。

（5）掌握谈判的过程中的各种策略的运用。

（6）掌握推销成交信号的识别和成交方法的运用。

2、学生专业能力目标

（1）成功地推销自我。

（2）培养学生综合运用知识的能力。

（3）培养学生的实际操作能力。

（4）以培养“合格优秀的推销员”为主要目标。

3、学生专业素质目标

（1）培养学生的学习能力、工作能力、创新思维能力。

（2）培养学生严谨、敬业的职业态度。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	教学（或学生）成果
1	**树立正确的推销观念**	① 树立正确的推销观念； ② 在推销商品之前推销自我； ③ 推销员的素质和能力。	知识： ①科学树立好正确的推销观念； ②掌握推销自我的原则； ③掌握推销员所需的素质和能力构成。 技能： ①明白科学正确的推销观念 ②成功地把自己推销出去； ③明白推销员所需的素质和能力。	①编制了相应项目的教材； ②推销观念和推销自我的电子教案； ③推销观念和推销自我的课件； ④ 学生完成相关的实训内容和作业。
2	**推销模式与推销方格**	①推销的概念，新世纪的推销观念； ②推销的埃达模式、迪伯达模式、埃德帕模式和费比模式； ③推销方格理论	知识： ①理解推销的概念，并了解新世纪的几个推销观念； ②掌握推销的埃达模式、迪伯达模式、埃德帕模式和费比模式； ③掌握推销方格理论与顾客方格理论，同时理解它们之间的协调关系。 技能： ①掌握推销介绍的一般方法，使自己的推销介绍有条有理，增强推销介绍的说服力； ②学会灵活运用推销方格理论与顾客方格理论。	①编制了相应项目的教材； ②推销模式与推销方格的电子教案； ③推销模式与推销方格的课件； ④完成相关内容的实训和作业。
3	**谈判的概念与原则**	① 谈判概述(谈判与商务谈判、特征、内容)； ② 谈判计划与管理(推销谈判信息收集、队伍组成、谈判目标与计划确定)； ③ 商务谈判的原则	知识： ①掌握谈判的概念、特征和内容； ②掌握谈判队伍组成、谈判目标与计划确定； ③掌握谈判的方式和原则。 技能： ①领会谈判的实质； ②学会制定谈判计划； ③明白谈判的方式和原则。	①编制了相应项目的教材； ②谈判理论的电子教案； ③谈判理论的课件； ④ 完成相关内容的实训内容及作业。
4	**寻找与接近顾客**	① 寻找顾客的原则与方法； ② 顾客资格审定、资料准备； ③ 约见顾客（内容、方法与操作)； ④ 接近顾客的目的与方法。	知识： ①掌握寻找顾客的原则方法； ②掌握顾客资格审查的方法和推销准备的内容； ③掌握约见顾客的方法； ④掌握接近顾客的原则和方法。 技能： ①学会寻找顾客的各种方法； ②做好推销准备工作； ③学会各种约见顾客的方法； ④学会接近顾客。	①编制了相应项目的教材； ②约见和接近顾客的电子教案； ③约见和接近顾客的课件。 ④完成相关内容的实训内容及作业。

5	**谈判过程与策略**	① 谈判策略含义运用及选择； ② 谈判开局； ③ 报价； ④ 讨价还价； ⑤ 让步。	知识： ①掌握谈判策略的运用原则和技巧； ②掌握开局阶段的内容； ③掌握报价的技巧； ④掌握还价的技巧； ⑤掌握让步的技巧。 技能： ①学会选择谈判策略； ②学会掌握谈判开局； ③学会报价技巧； ④学会还价技巧； ⑤ 学会让步技巧。	①编制了相应项目的教材； ②谈判过程的电子教案； ③谈判过程的课件。 ④完成相关内容的实训内容及作业。
6	**僵局缓解**	① 谈判障碍的克服（僵局的缓解）； ② 顾客异议的处理。	知识： ①掌握僵局的处理方法； ②掌握处理顾客异议的方法。 技能： ① 学会缓解僵局； ②学会处理好顾客异议。	①编制了相应项目的教材； ②撰写了僵局缓解的电子教案； ③僵局缓解的课件。 ④完成相关内容的实训内容及作业。
7	**推销成交**	①成交信号； ②成交方法； ③成交注意事项； ④签订合同。	知识： ①掌握成交信号和成交时机； ②掌握各种成交方法； ③掌握签订合同及成交后续工作的内容。 技能： ①识别和抓住成交时机； ②学会使用各种成交方法； ③学会签订合同和处理成交后续工作。	①编制了相应项目的教材； ②撰写了推销成交的电子教案； ③推销成交的课件。 ④完成相关内容的实训内容及作业。

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他(含机动课时)	合计
正确的推销观念	6		0.5	1.5		8
推销模式和推销方格	6		0.5	1.5		8
谈判的概述和原则	6					6
寻找和接近顾客	10		1	3		14
谈判策略和过程	12		0.5	1.5		14
僵局缓解	4					4
成交及后续	6					6
合计	52		2.5	7.5	2	64

二、教学建议

1、软硬件条件

（1）实训条件模拟谈判实训室：应配有，示教台，实物投影仪，多媒体教学设备、谈判桌椅、商品陈列室等必备用具。

（2）配备多媒体教室，将多媒体等现代化的教学手段引入课堂教学，提高课程教学的趣味性、实效性。

2、师资条件：

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有企业营销工作经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念;具备宽广厚实的普通文化知识、学科内容知识、教育教学知识以及实践知识；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系,身心素质合格。

3、教学组织设计的建议

教学组织设计建议见推销与谈判学习情境表 1-表 7。

推销与谈判学习情境表 1

学习领域	树立正确的推销观念		**总课时：**64
学习情境 1	树立正确的推销观念，		**课时：**8
教学目标	通过学习情境 1 的学习，使学生具备以下能力： 1、明白科学正确的推销观念 2、成功地把自己推销出去； 3、明白推销员所需的素质和能力。		
学习任务	1、树立正确的推销观念； 2、在推销商品之前推销自我； 3、推销员的素质和能力。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关自我推销的内容； 3、通过课外与社会、同学完成推销自我的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师提出相应的问题，导入学生回顾对之前的推销观念的看法，引导学生根据现代社会发展对推销的正确认识，从而也引导学生通过讨论获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	1
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关技巧进行讲解。该任务完成后，学生能掌握自我推销的重要性和技巧。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5
检　查	1、任务完成，学生能读掌握相应的考试点的主要项目； 2、 老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、自我推销的成功与否； 2、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌； 3、作业成绩。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	1

推销与谈判学习情境表 2

学习领域	推销与谈判		**总课时：**64
学习情境 2	推销模式和推销方格		**课时：**8
教学目标	通过学习情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1、掌握推销介绍的一般方法，使自己的推销介绍有条有理，增强推销介绍的说服力； 2、学会灵活运用推销方格理论与顾客方格理论。		
学习任务	1、推销的概念，新世纪的推销观念； 2、推销的埃达模式、迪伯达模式、埃德帕模式和费比模式； 3、推销方格理论		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关推销模式的内容； 3、通过课外与同学相互交流学习，完成该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过案例的引入，推销的理论是通过实践总结出来的，推销也是有章可循的，不同的推销模式适用于不同的产品或者场合，为了提高推销效率和效果，我们要学会根据情况运用不同的推销模式。	讲授法 启发式教育法	1
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握推销模式和推销方格的知识点。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5
检　查	1、任务完成，学生能掌握推销理论的知识点； 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌； 2、作业成绩； 3、学生实际模拟推销。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	1

推销与谈判学习情境表 3

学习领域	推销与谈判		**总课时：**64
学习情境 3	谈判的概念和原则		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1、领会谈判的实质； 2、学会制定谈判计划； 3、明白谈判的方式和原则。		
学习任务	1、谈判概述（谈判与商务谈判、特征、内容）； 2、谈判计划与管理（推销谈判信息收集、队伍组成、谈判目标与计划确定）； 3、商务谈判的原则		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关谈判特征和方式的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对谈判的初步认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	1
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握谈判理论的知识点。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握谈判理论该项目的知识点； 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌； 2、作业成绩； 3、谈判案例的分析解答考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

推销与谈判情境表 4

学习领域	推销与谈判		**总课时：**64
学习情境 4	寻找和接近顾客		**课时：**14
教学目标	通过学习情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会寻找顾客的各种方法； 2、做好推销准备工作； 3、学会各种约见顾客的方法； 4、学会接近顾客。		
学习任务	1、 寻找顾客的原则与方法； 2、 顾客资格审定、资料准备； 3、 约见顾客（内容、方法与操作）； 4、接近顾客的目的与方法。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关寻找接近顾客的相关内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目技巧。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对寻找和接近的初步认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	2
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关技巧进行讲解。该任务完成，学生能成功地约见和接近顾客。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	8
检　查	1、任务完成，学生能掌握寻找和接近顾客的技巧； 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	4
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌； 2、作业成绩； 3、模拟约见和接近顾客。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

推销与谈判学习情境表 5

学习领域	推销与谈判	**总课时：**128
学习情境 5	谈判策略与过程	**课时：**14
教学目标	通过学习情境 5 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会选择谈判策略； 2、学会掌握谈判开局； 3、学会报价技巧； 4、学会还价技巧； 5、学会让步技巧。	
学习任务	1、 谈判策略含义运用及选择； 2、 谈判开局； 3、 报价； 4、 讨价还价； 5、 让步。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关谈判策略和过程的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目技巧。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体	
其他信息		

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对谈判策略的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	1 课时
教学进程	任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关技巧进行讲解。该任务完成，学生能掌握谈判策略的使用技巧和掌握谈判的进程。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	9 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握谈判策略的使用技巧和谈判各阶段的技巧。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	4 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌； 2、作业成绩。 3、模拟谈判。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

推销与谈判学习情境表 6

学习领域	推销与谈判		**总课时：**64
学习情境 6	僵局缓解		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 6 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会缓解僵局； 2、学会处理好顾客异议。		
学习任务	1、 谈判障碍的克服（僵局的缓解）； 2、顾客异议的处理。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关谈判僵局和顾客异议的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目技巧。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生僵局和顾客异议的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关技巧进行讲解。该任务完成，学生能掌握缓解谈判僵局的技巧以及处理好顾客的异议。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握僵局缓解的技巧。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌； 2、作业成绩； 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

推销与谈判学习情境表 7

学习领域	推销与谈判	**总课时：**64
学习情境 7	成交及后续	**课时：**6
教学目标	通过学习情境 7 的学习，使学生具备以下能力： 1、识别和抓住成交时机； 2、学会使用各种成交方法； 3、学会签订合同和处理成交后续工作。	
学习任务	1、成交信号； 2、成交方法； 3、成交注意事项； 4、签订合同。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关成交方面的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目技巧。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、彩笔、白纸、多媒体	
其他信息		

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生推销成交的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	1
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关技巧进行讲解。该任务完成，学生能掌握成交时机以及运用合适的成交方法。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握成交的技巧。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌； 2、作业成绩； 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

三、教学评价建议

对于推销与谈判课程每一学习情境的教学评价建议如下：

推销与谈判课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末闭卷和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）。

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“实地推销”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋案例分析题

3.实践操作 40％

7 个项目：树立正确的推销观念及推销自我、推销模式和推销方格、谈判概述、寻找和接近顾客、谈判策略和过程、僵局缓解、成交及后续实践操作设计了内容细化的项目

考核评价表，包括：基本操作技能（65%）、学习态度（20%）、实训报告撰写（15%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	1、自我推销的能力； 2、接近顾客的能力； 3、报价还价的能力； 4、让步的技巧； 5、僵局和异议的处理； 6、 成交的技巧； 7、职业素养的能力。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题	闭卷考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以企业典型工作任务为主线，将推销与谈判各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、自用教材

《推销与谈判——原理.技巧.实务》 十一五规划高职高专教材；上海财经大学出版社；简彩云 李贞主编；2010 年。

3、推荐教学参考书

《市场营销》 (美)菲利普·科特勒,(美)加里·阿姆斯特朗著，华夏出版社， 2003.7

《谈判真理》 （英）盖温.肯尼迪著，中国宇航出版社，2008

《国际推销大师成功秘诀》 马必成 马克泰，国际广播出版社，2002

《案例式谈判学》 陈荣杰，内蒙古人民出版社，2000.1

《谈判训练》 孙兆臣、易吉林，武汉大学出版社，2003.11

《超级推销——成功推销 200 方法和绝妙说词》 周树清，内蒙古人民出版社，2003，4

《销售与市场》 河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》 国务院国有资产监督管理委员会 中国物流与采购联合会

4、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网 http://www.glr163.com/

中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网 http://www.emkt.com.cn/

六、课程资源的利用与开发

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：李贞

审核：

制订日期： 2011.6

6.《消费行为学》课程标准

课程代码：

课程名称：《消费者行为学》

英文名称：

课程类型：专业必修课

总学时：42　　讲课学时：30　　实践学时：12

学　分：3

适用对象：市场营销专业

先修课程：《经济学》、《市场调研与预测》、《市场营销理论与实务》

第一部分　前言

一、课程性质与地位

《消费行为学》是市场营销专业的主干课程之一，也是助理营销师资格证等证书考试的内容之一。对于每个从事营销或销售的人而言，拥有足够的消费行为学知识和经验是这个职业的要求。本课程是一门综合性的、应用型的、交叉性和边缘性的独立学科，学科以消费者行为、行为原因及规律为主线贯穿始终。学生通过本课程学习，培养学生掌握营销活动中顾客的心理活动现象及规律，使学生能够具备从事营销或销售工作的职业技能。

本课程着重强调理论研究与实践操作的融合，从研究方法上融合大量成功的案例，对理论进行阐述和解释。我们根据教学内容的需要，精心挑选案例，通过分析案例或课件演示，从动态中把握消费者行为学的综合运用，注意培养学生从事市场营销的实际能力。同时具有较强的工作岗位适应能力、分析和解决实际问题的能力以及创新意识和职业道德意识。

二、课程基本设计理念

本课程设计以教育部【2006】16 号文件精神要求为切入点，以服务为宗旨，以就业为导向，以提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力为目标，以职业能力培养为重点，按照国家职业资格认证对助理营销师职业岗位的要求，结合企业实际工作业务流程设计和开发教学内容。

三、课程设计思路

本课程在课程开发思路上，打破原来以知识传授为主要特征的教学模式，以营销或销售工作中对消费心理知识和技能的要求为基础，突出本课程为提高学生的营销或销售工作技巧与技能服务，在各个教学模块中有效地讲消费行为学中知识与营销活动联系起来，科学设计学习性工作任务，教、学、做结合，理论与实践一体化。灵活运用多种先进的教学方法，有效调动学生的学习积极性，促进学生积极思考，发展学生的学习能力。充分发挥

教师的指导作用与学生的主体作用，采用了“讨论式”、“研究式”、“问题式”等多种能够启发学生思维的教学方法。变“灌输”为“引导”，启发学生思考，培养学生“自主学习”、“协作学习”和“发现式学习”的能力。变“讲解”为“应用”，采用案例教学、实验教学等多种教学形式，理论联系实际。课堂上“精讲少讲”，课下要求“巧练多练”。变“教学”为“研究”，使学生了解学科前沿，培养其发现问题、解决问题的能力，使其养成勤动手、善思考、敢创新的良好习惯。教学效果评价采用过程评价与结果评价相结合，课堂参与和课前准备相结合，课内学习和课外时间相结合，重点评价学生的学习态度、学习效果和职业能力。

第二部分　课程目标

一、总体目标

本课程的总体目标主要是让学生掌握重要的消费者心理和行为分析的研究工具和规律，甚至能对消费者心理和行为做出一定的预测，制定一些实用的营销策略。

二、分类目标

（一）知识目标

（1）了解消费者行为的基本理论；
（2）能掌握影响消费者行为的各种因素；
（3）能掌握消费者购买的基本心理规律。

（二）能力目标

（1）能分析客户的需求，发现购买者的行为规律；
（2）能制定一些实用的营销策略；
（3）能灵活处理企业营销中存在的具体问题。

（三）素质目标

（1）养成诚实、守信、吃苦耐劳的品德；
（2）养成善于动脑，勤于思考，及时发现问题的学习习惯；
（3）具有善于沟通和与同行共事的团队意识，能进行良好的团队合作；
（4）具有对产品负责、对客户负责、对企业负责的态度。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	作业成果
1	消费者行为学概述	1、研究消费者行为学的意义	知识： 1、能理解消费者行为学的概念。 2、熟悉消费者行为学的研究对象和基本内容。	

		2、研究消费者行为学的原则与方法	技能： 能灵活运用消费者行为学。	
2	消费者感知	1、掌握消费者的记忆、遗忘规律及影响因素 2、掌握消费者学习的特点及消费者学习特点 3、利用消费者的记忆与学习特点，学会如何提高营销工作效率	知识： 1、能理解感觉、知觉的含义 2、知觉的构成 3、能理解展露、注意、理解的含义 4、理解感觉、知觉在营销活动中的应用 技能： 1、能掌握消费者对产品质量、购买风险的知觉。 2、能运用知觉制定营销策略。	讨论一则企业广告，分析在这广告中都利用了那些消费者的感知觉规律
3	消费者学习与记忆	1、掌握消费者的记忆、遗忘规律及影响因素 2、掌握消费者学习的特点及消费者学习特点 3、利用消费者的记忆与学习特点，学会如何提高营销工作效率	知识 1、能熟悉消费者学习的基本方法。 2、能认识消费者学习的几种理论。 技能： 能掌握关于学习的一些基本特征和记忆与遗忘的含义及营销应用。	讨论一则企业广告，分析在这广告中都利用了那些消费者的记忆与学习规律
4	消费者情感与态度	1、掌握消费者情感的类型和表达方式 2、掌握消费者的态度极其构成，以及影响消费者态度改变的因素 3、利用消费者的情感与态度特点，学会如何提高营销工作效率	知识 1、情感的分类 2、情感的特征 3、能理解态度的基本概念 4、态度构成的含义 技能： 能掌握关于情感与态度在营销中的应用。	讨论一则企业广告，分析在这广告中都利用了那些消费者的情感与态度的规律
5	消费者需要与动机	1、掌握消费者的消费需要层次 2、掌握消费者购买动机的类型以及对消费	知识： 1、能理解消费者的需要与动机的区别及含义。 2、掌握需要与动机的类型	分小组，每个小组选举出小组成员中最有意思的

		行为的影响	技能： 分析在消费过程中具体的购买动机	一次购物决策过程，并分析在这次购物决策形成过程中，那些因素影响了决策的形成；
6	消费者的个性	1、掌握消费者个性心理特征与消费行为差异 2、掌握消费者自我意识差异对消费行为影响 3、利用消费者的个性与自我意识的特点，学会如何提高营销工作效率	知识： 1、能理解个性的含义，个性理论及营销应用。 2、能理解品牌个性、自我意识的含义。 技能： 分析个性与消费行为的关系	就某一企业的营销行为，考查是否考虑到消费者的个性与自我意识，并指出如何在企业营销过程中运用对消费者个性与自我意识的了解提高企业营销绩效
7	社会群体与消费行为	1、掌握群体对个体消费行为影响以及群体影响力大小的因素 2、掌握社会阶层划分方法以及不同阶层的消费行为特征 3、掌握家庭形态划分方法以及不同形态消费行为特征	知识： 能理解社会群体的含义、类型、作用。 技能： 能掌握参照群体对购买行为的影响类型及程度,群体压力与从众及对营销的启示。	分组讨论在消费过程中受到哪些群体影响，家庭对自己消费有哪些影响。
8	文化、时尚与消费行为	1、掌握文化对消费行为影响以及消费的亚文化特征 2、掌握时尚的特征以	知识： 1、能理解文化的基本概念和特性 2、理解文化对消费行为的影响 3、能熟悉流行与消费者行为的关系。	讨论几则企业广告，分析在这广告中都包含了那

		及如何影响消费行为	技能： 1、掌握文化在营销活动中的运用。 2、流行与创新扩散等传播信息对营销的启示。	些文化与时尚元素，并指出这些对于企业广告效果的影响和对企业营销绩效的影响
9	购买情境与消费行为	1、掌握商店布局与陈列与消费行为的关系 2、学会辨识真正客户技巧以及与消费者有效沟通技巧	知识： 能熟悉情境及其构成，消费者的情境类型。 技能： 能掌握情境、个体和产品之间的相互影响。	分小组，要求小组成员讲出一次购物的经历，并指出在这次购物中对于营业员的服务技巧和策略的适当性进行评价
10	营销活动与消费行为	1、价格与消费行为 2、品牌、包装与消费行为	知识： 1、理解价格、品牌、包装的基本概念 2、价格、品牌、包装对消费行为的影响 技能： 分析价格、品牌、包装如何影响消费者购买行为的。	分小组，要求小组成员分享在购物过程中如何受到价格、包装、品牌等营销因素的影响的。

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
消费者行为学概述	2					2
消费者感知	2		1	1		4
消费者学习与记忆	4		1	1		6
消费者情感与态度	4		1	1		6
消费者需要与动机	2		1	1		4
消费者的个性	2		1	1		4

社会群体与消费行为	2		1	1		4
文化、时尚与消费行为	2		1	1		4
购买情境与消费行为	2		1	1		4
营销活动与消费行为	2		1	1		4
合　计	24		9	9		42

二、教学建议

1、教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备丰富的市场营销知识。

（3）具备一定的市场营销实战经验。

（4）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

教学组织设计建议见消费者行为学学习情境表 1~表 10。

消费者行为学学习情境表 1

学习领域	市场消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 1	消费者行为学概述		**课时：**2
教学目标	1、了解学习消费者行为学对企业和个人在营销或销售中的意义 2、了解研究消费者消费心理的原则与方法		
学习任务	1、研究消费者行为学的意义 2、研究消费者行为学的原则与方法		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询消费者消费行为的案例； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	案例导入 :春节高消费催生“恐归族”	案例法 讲授法	10 分钟
教学进程	根据导入项目,引导学生对了解消费过程中的特点，掌握消费行为的基本概念。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	45 分钟
检　查	1、根据案例中的探讨，完成本项目任务。 2、 老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	5 分钟
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、课内实训成绩：每个学习小组选择自己熟悉的湖南农产品，假定是要进入长沙市场，让同学们模拟一下策划流程。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	30 分钟

消费者行为学学习情景表 2

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 2	消费者感知		**课时：**2
教学目标	1、掌握消费者感觉的基本规律 2、掌握消费者知觉的特性以及消费者的错觉倾向		
学习任务	3、讨论一则企业广告，分析在这广告中都利用了那些消费者的感知觉规律		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询消费者感觉在营销中的运用； 3、通过课外与社会、同学了解市场营销。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	案例导入：　给出一则广告进行感知感觉分析	案例法 讲授法	10 分钟
教学进程	1、通过实例来说明感觉感知的特点，对消费者的影响； 2、以任务驱动教学进程，依据策划书范例教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握消费者行为学书撰写的格式。 3、借助视频广告激发学生对消费者购买感知到理解	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 头脑风暴法	45 分钟
检　查	1、任务完成，学生读掌握相应的项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一般是 3-5 人，完成老师提出的任务。	讨论教学法	30 分钟
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作品及作品讲解成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**作品讲解考核。	讨论教学法	5 分钟

消费者行为学学习情景表 3

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 3	消费者学习与记忆		**课时：**6
教学目标	1、掌握消费者的记忆、遗忘规律及影响因素 2、掌握消费者学习的特点及消费者学习特点 3、利用消费者的记忆与学习特点，学会如何提高营销工作效率		
学习任务	讨论一则企业广告，分析在这广告中都利用了那些消费者的记忆与学习规律		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络相关信息； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	案例导入：引入万宝路案例及视频资料	案例法 讲授法	25 分钟
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能运用学习与记忆的理论分析万宝路的成功。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一般是 3-5 人，完成老师提出的任务。	讨论教学法	2 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作品成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**作品演示。	讨论教学法	65 分钟

消费者行为学学习情境表 4

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 4	消费者情感与态度		**课时：**6
教学目标	1、掌握消费者情感的类型和表达方式 2、掌握消费者的态度极其构成，以及影响消费者态度改变的因素 3、利用消费者的情感与态度特点，学会如何提高营销工作效率		
学习任务	讨论一则企业广告，分析在这广告中都利用了那些消费者的情感与态度的规律		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询相关信息； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过视频导入，让学生直观的感受情感在营销中的运用	案例法 讲授法	1 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一般是 3-5 人，完成老师提出的任务。	讨论教学法	1 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作品成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**分析表现	讨论教学法	1 课时

消费者行为学情景项目表 5

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 5	消费者需要与动机		**课时：**4
教学目标	1、掌握消费者的消费需要层次 2、掌握消费者购买动机的类型以及对消费行为的影响		
学习任务	分小组，每个小组选举出小组成员中最有意思的一次购物决策过程，并分析在这次购物决策形成过程中，那些因素影响了决策的形成；		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询相关信息； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过案例导入，分析在消费过程中哪些因素引发需要如何满足。	案例法 讲授法	1 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 头脑风暴法 案例分析法	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应项目。 2、 老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一般是 3-5 人，完成老师提出的任务。	讨论教学法	1 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作品以及作品演示成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**作品及演示。	讨论教学法	1 课时

消费者行为学情景项目表 6

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 6	消费者的个性		**课时：**4
教学目标	1、掌握消费者个性心理特征与消费行为差异 2、掌握消费者自我意识差异对消费行为影响 3、利用消费者的个性与自我意识的特点，学会如何提高营销工作效率		
学习任务	就某一企业的营销行为，考查是否考虑到消费者的个性与自我意识，并指出如何在企业营销过程中运用对消费者个性与自我意识的了解提高企业营销绩效		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询相关信息； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过企业一次营销活动，分析在如何关注消费者个性	案例法 讲授法	1 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 头脑风暴法 案例分析法	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应项目。 2、　老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一般是 3-5 人，完成老师提出的任务。	讨论教学法	2 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌	讨论教学法	1 课时

	2、作品以及作品演示成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**作品及演示。		

消费者行为学情景项目表 7

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 7	社会群体与消费行为		**课时：**4
教学目标	1、掌握群体对个体消费行为影响以及群体影响力大小的因素 2、掌握社会阶层划分方法以及不同阶层的消费行为特征 3、掌握家庭形态划分方法以及不同形态消费行为特征		
学习任务	分组讨论在消费过程中受到哪些群体影响，家庭对自己消费有哪些影响。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询相关信息； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	讲诉自己的消费经历，其中家庭如何影响自己的，还受到哪些外部因素的影响	案例法 讲授法	25 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 头脑风暴法 案例分析法	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应项目。 2、 老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一般是 3-5 人，完成老师提出的任务。	讨论教学法	1 课时
评　估	**过程考核：**	讨论教学法	20 课时

	1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作品以及作品演示成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**作品及演示。		

消费者行为学情景项目表 8

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 8	文化、时尚与消费行为		**课时：**4
教学目标	1、掌握文化对消费行为影响以及消费的亚文化特征 2、掌握时尚的特征以及如何影响消费行为		
学习任务	讨论几则企业广告，分析在这广告中都包含了那些文化与时尚元素，并指出这些对于企业广告效果的影响和对企业营销绩效的影响		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询相关信息； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	导入几则企业广告，分析里面的文化与时尚元素	案例法 讲授法	25 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 头脑风暴法 案例分析法	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应项目。 2、　老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一	讨论教学法	1 课时

	般是 3-5 人，完成老师提出的任务。		
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作品以及作品演示成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**作品及演示。	讨论教学法	20 课时

消费者行为学情景项目表 9

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 9	购买情境与消费行为		**课时：**4
教学目标	1、掌握商店布局与陈列与消费行为的关系 2、学会辨识真正客户技巧以及与消费者有效沟通技巧		
学习任务	分小组，要求小组成员讲出一次购物的经历，并指出在这次购物中对于营业员的服务技巧和策略的适当性进行评价		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询相关信息； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	分享一次购物经历指出服务技巧和当时环境	案例法 讲授法	25 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 头脑风暴法 案例分析法	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应项目。	讨论教学法	1 课时

	2、 老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一般是 3-5 人，完成老师提出的任务。		
评 估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作品以及作品演示成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**作品及演示。	讨论教学法	20 课时

消费者行为学情景项目表 10

学习领域	消费者行为学		**总课时：**48
学习情境 9	营销活动与消费行为		**课时：**4
教学目标	1、价格与消费行为 2、品牌、包装与消费行为		
学习任务	分小组，要求小组成员分享在购物过程中如何受到价格、包装、品牌等营销因素的影响的。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询相关信息； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划 2、教案 3、学生花名册 4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导 入	分享一次购物经历指出服务技巧和当时环境	案例法 讲授法	25 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 头脑风暴法	2 课时

		案例分析法	
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应项目。 2、 老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。 3、将班级同学划分为若干个项目小组，小组规模一般是 3-5 人，完成老师提出的任务。	讨论教学法	1 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作品以及作品演示成绩 3、任务完成情况 **结果考核：**作品及演示。	讨论教学法	20 课时

说明：1、可以以一个学习情境或者一个学习单元进行设计；

2、如果有子情境，应该按子情境进行设计。说明：1、可以以一个学习情境或者一个学习单元进行设计；

2、如果有子情境，应该按子情境进行设计。

三、教学评价建议

本课程考核采用过程考核和目标考核相结合的评价方法，过程考核主要在教学过程中对学生的学习态度、操作能力、课堂讨论、作业等情况进行的评价；目标考核是在课程结束时,对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。以公平地评价学生学习的效果。也使学生更注重学习过程，提高了学生学习兴趣。

过程考核占学生总成绩的 40%，其中课堂表现占 40%，包括参与角色扮演，讨论发言情况进行评价；课后参与占 60%，包括各学习情境单元模块的作品（自我个性与自我意识与自我消费行为分析报告、分析我国不同社会阶层的消费行为差异、家庭不同形态消费行为差异、我国区域文化对消费行为影响以及区域消费行为差异、分析一则广告心理作用过程等）。目标考核占学生成绩的 60%，以试卷考核为主，主要考核学生对消费者行为学的基本概念、基本知识和基本理论的掌握，并能做到灵活运用；以及消费心理研究与分析的基本方法的掌握，达到能独立开展消费心理研究和灵活运用消费者行为学促进市场营销活动良性发展的水平。

四、推荐教材和教学参考书

1、教材选取的原则

（1）教材体现“把需要工作的学生培养成能够适应营销岗位工作需要的创新型营销合格职业人”的理念。

（2）教材内容体现职业性、先进性、通用性、实用性，能够培养营销职业岗位需要的发现顾客需求、满足顾客需求的职业能力。

（3）教材中实践教学活动设计的内容具体，并具有可操作性。

2、推荐教材

选用十一五规划教材《消费行为学》， 荣晓华, 东北财经大学出版社,2010

2、参考资料

（1）中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

（2）中国教育网 http://www.cer.net/

（3）河南教育厅网站 http://www.hadoe.edu.cn/

（4）中国直销传播网 http://manage.org.cn/

（5）中国企业战略传播网 http://www.glr163.com/

（6）中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

（7）我学网 http://www.5xue.com

（8）中国市场研究网 http://www.cmrn.com.cn/

（9）中国营销传播网 http://www.emkt.com.cn/

（10）全球品牌网 http://www.globrand.com/

五、课程资源的利用与开发

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应市场环境变化和知识结构，必须大力开发与课程相关的教学设计、学习评价表、教学课件、教学视频等教学指导文件。

课程标准制订人：廖伟

审 核：

制订日期：2011.4

7.《市场营销策划》课程教学标准

课程代码：0102028
课程名称：市场营销策划
英文名称：Markting Planning
课程类型:专业必修课
总 学 时：48　　讲课学时：24　　实践学时：24
学　　分：3
适用对象：市场营销专业
先修课程：经济学、市场调查与预测、市场营销理论与实务、渠道管理、公共关系学

第一部分 前言

一、课程性质与地位

《市场营销策划》是基于营销岗位能力的培养而开设的一门方法论的应用课程，具有全局性、战略性和规划性的特点，在学生学习了《市场营销学》等专业基础课程后，前后衔接，对学生的专项岗位技能的培养和营销策划综合素养的提升起主要支撑作用，是市场营销类的专业核心课程。

通过本门课程的学习与训练，可使学生将以往所学的专业知识进一步应用到本课程实战实训中，提升学生综合运用所学专业知识的能力和技巧，并将其转化为解决实际问题的方法，切实提升动手能力和岗位技能。

二、课程基本理念

从学生职业能力培养的基本规律出发，依据营销职业岗位的工作任务、工作流程中的知识与技能要求，遵循教、学、做合一的原则，整合教学内容，相对应地设计工作项目及工作任务，以完成工作任务情况作为衡量学习效果的主要依据。

三、课程的设计思路

从营销策划岗位职责出发，以就业为导向，打破课程纯理论教学体系，突出课程的应用性和操作性。以项目（产品）营销的工作任务和职业能力分析为依据，按照营销岗位的工作内容和流程把课程内容整合成市场营销策划认知、市场调研策划、市场营销战略策划、市场营销战术策划等 4 个相互关联的学习情境，每个学习情境下又根据实际需要划分为若干学习任务，学习任务下又设计了具体的操作步骤或程序，并参考相关企业个案，使学生在学习本门课程时能够得到方法与操作流程的指导。

为完成某项目（产品）营销工作任务，在教学中，将全班学生组建成每组 6—8 人的

项目团队，将某项目（产品）的全部营销工作任务在课程教学中交予学生项目团队合作完成，理论授课与实践指导教师在其中主要起指导与配合的作用。以项目为载体，以更为具体的工作任务驱动，边学边做，学生从组建团队开始，要完成从市场调研策划、调研执行、调研报告撰写到各种层次营销方案的策划与实施等工作任务，锻炼学生通过自主学习、自我管理来掌握工作思路与方法的能力，使学生在企业化运作环境中真枪实战地全过程锻炼实际工作岗位的操作能力。

第二部分 课程目标

一、总体目标

该课程主要是培养学生市场营销策划能力，掌握市场营销策划的一般程序，撰写市场营销策划书，能对具体的营销策划方案进行设计，提升学生分析问题与解决问题的职业能力，注重培养学生的专项岗位技能和营销策划综合素养，使学生进入实际工作岗位后，能胜任一般性的营销策划工作。

二、具体目标

1．掌握营销策划的基本知识；

2．掌握策划资料收集的基本技能：能系统地根据主题设计调研方案；能制定调研执行计划、组织并实施；能收集资料、信息，进行分析并撰写调研报告；

3．掌握企业战略策划的基本技能：能够在调研的基础上进行全面系统的分析，对市场进行有效细分，选择目标市场和准确定位；

4．熟悉 CIS 策划的内容和流程；

5．掌握营销组合策划的基本方法与实战技能：制定各类营销策略及具体的行动方案，撰写新产品上市策划、公关活动策划、分销渠道策划、促销活动策划、广告活动策划方案等策划方案。

三、分类目标

（一）知识目标

(1)具有市场分析营销策划创意的基础知识。

(3)具有竞争对手分析的基础知识。

(4)具有新产品功能点描述、新产品卖点寻找的基础知识。

(5)具有目标市场分析的基础知识。

(6)具有促销活动方案设计的基础知识。

(7) 具有新产品上市推广方案设计的基础知识。

(8) 具有公关活动设计的基础知识。

(9) 具有广告活动设计的基础知识。

(10)营销策划书撰写的基础知识。

(11)其他基础知识。

（二）能力目标

(1) 具有市场环境分析的能力。

(2) 具有信息搜集并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力。

(3) 能在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念与能力。

(4) 能运用营销与策划的知识进行策划设计能力。

(5) 方案写作能力。

（三）态度与素质目标

(1)具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识。

(2)具备诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度。

(3)具有正确的营销观念和创新意识。

(4)具备积极进取、勇于探索的精神。

第三部分 课程教学内容标准

理论课教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	作业成果
1	市场营销策划基础知识	①营销策划的前期准备工作 ②策划的内容； ③策划的一般流程。	知识： ①熟悉营销策划工作流程 ②掌握营销策划内容 技能： ①能对市场营销策划内容进行分析； ②在接受营销策划任务时，能根据市场营销策划的一般流程安排工作计划。	
2	市场营销策划组织	①营销策划组织类型的设计； ②营销策划机构职能及岗位职责的设计； ③营销策划机构的选择与合作。	知识： ①了解营销策划组织类型 ②了解策划机构设置 技能： ①能根据市场营销策划岗位的要求，进行相关知识、能力与素质的提升培训； ②能根据营销策划工作的需要，正确选择外部策划机构。 ③具备自主学习的能力。	①全班同学组建成 10 个左右由 4-6 人组成的模拟营销策划团队

3	市场营销策划创意		①营销策划创意的特性； ②营销策划创意的内容； ③营销策划创意的流程； ④营销策划创意的思维和方法。	知识： ①了解营销策划创意 ②掌握策划创意的内容 ③了解策划创意的流程 ④掌握营销策划创意的方法 技能： ①在接受营销策划任务时，能熟练运用创意的思维与方法，按照市场营销策划创意的一般流程进行创意。	①营销创意训练
4	市场营销策划书		①营销策划书的作用与类型； ②策划书的结构和内容； ③策划书的写作技巧。	知识： ①了解策划书的类型 ②掌握策划结构与内容 技能： ①能根据市场营销策划的需要，熟悉市场营销策划书格式。	①营销策划书格式模仿
5	调研策划		①一手、二手资料调研方法； ②市场调研方案的设计； ③抽样设计； ④市场调研问卷设计； ⑤市场调研的组织与实施设计。	知识： ①掌握资料调研方法； ②掌握调研方案与问卷设计的内容； ③掌握调研组织与实施的方法。 技能： ①能根据具体情况制定合理的市场调研方案； ②能根据收集资料的需要，选择不同的调研方法； ③能用问卷调研法进行市场调研。	①调研问卷 ②调研方案
6	营销战略策划	目标市场营销策划	①市场细分策划； ②目标市场策划； ③市场定位策划。	知识： ①掌握市场细分策划的内容 ②掌握目标市场策划内容 ③掌握市场定位策划内容 技能： ①能有效地对市场营销策划环境进行 SWOT 分析； ②能根据市场细分标准进行市场细分、目标市场选择和市场定位策划。	①目标市场选择方案 ②市场定位方案
		企业形象策划	①企业形象设计基本流程； ②企业形象	知识： ①了解企业形象设计的流程 ②掌握企业形象设计的基本内容	①企业形象设计方案

			设计基本内容。	技能： ①能根据企业形象策划的基本流程和内容进行企业形象策划。	
7	营销战术策划	新产品上市与品牌推广	①新产品开发与推广策划； ②品牌与包装策划。	知识： ①掌握新产品开发与推广策划流程与内容 ②掌握品牌与包装策划的基本内容 技能： ①能分析市场环境； ②能分析竞争对手产品以及消费者情况； ③能针对新产品来设计品牌与包装，并有针对性的策划推广方案。	①新产品推广方案 ②产品品牌与包装设计方案
		广告策划	①认识广告策划； ②广告策划的流程与技巧； ③广告策划方案的撰写。	知识： ①了解广告策划 ②了解广告策划的流程 ③掌握广告方案撰写的内容 技能： ①能根据针对企业营销环境与竞争对手的情况，提炼企业产品的核心利益点，确定产品的定位 ②能依据产品的定位来策划广告方案。	①企业广告策划方案
		渠道策划	①渠道策划的基本理论； ②渠道策划的流程与技巧； ③渠道策划方案的撰写。	知识： ①复习渠道策划的基本理论 ②了解渠道策划的流程与技巧 ③掌握渠道方案撰写的内容 技能： ①能根据营销目标进行分销渠道设计与管理策划。	①企业分销渠道设计方案
		企业公关活动策划	①公关活动策划的基本理论； ②公关活动策划的流程与技巧； ③公关活动策划方案的撰写。	知识： ①复习公关基本理论 ②掌握公关活动策划的流程与技巧 ③掌握公关活动策划方案撰写内容 技能： ①能根据针对企业营销环境情况，依据企业的公关目标来策划公关活动方案。	①企业公关活动方案

		促销策划	①促销策划的基本理论； ②促销策划的流程与技巧； ③促销策划方案的撰写。	知识： ①复习促销理论； ②掌握促销策划流程； ③掌握促销策划内容； ④掌握促销策划方法。 技能： ①根据企业营销目标，选择合适的促销形式，按照相应的步骤进行策划设计与实施。	①企业促销方案

实践课教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	作业成果
1	营销策划组织与设计	组建项目团队；制订项目营销总体思路	知识： ①营销策划的组织； ②营销策划框架的设计。 技能： ①能对市场营销策划内容进行分析； ②在接受营销策划任务时，能根据市场营销策划的一般流程安排工作计划。	①全班同学组建成 10 个左右由 4-6 人组成的模拟营销策划团队(同上)
2	市场调研策划	某项目实施之前的市场环境调研	知识： ①市场调研策划方案设计； ②设计问卷及访谈提纲； ③市场调研报告。 技能： ①能根据市场营销策划岗位的要求，进行相关知识、能力与素质的提升培训； ②能根据营销策划工作的需要，正确选择外部策划机构。 ③具备自主学习的能力。	①调研方案 ②调研问卷 ③市场调研报告。
3	CIS 策划	湖南某农产品生产经营企业 CIS 的策划	知识： ①MI及VI创意提炼报告； ②企业CI导入策划方案。 技能： ①在接受营销策划任务时，能熟练运用创意的思维与方法，按照市场营销策划创意的一般流程进行创意。	①企业 CI 导入策划方案

4	新产品推广策划	湖南农副特色产品进军长沙市场策划	知识： ①产品的市场、行业分析； ②产品目标市场营销策略的设计； ③产品的品牌设计； ④制定相应产品、价格、渠道及促销策略的设计； ⑤市场推广的保障； ⑥品牌推广。	①湖南农副特色产品进军长沙市场策划方案；
			技能： ①能根据市场营销策划的需要，熟悉市场营销策划书格式。	
5	广告策划	湖南某农产品广告策划	知识： ①广告目标设定 ②广告主题确定 ③广告创意设计 ④广告文案的撰写	①湖南某农产品广告策划方案
			技能： ①能根据收集资料的需要，选择不同的调研方法 ②能用问卷调研法进行市场调研。	
6	促销策划	湖南农副产品的市场促销策划	知识： ①促销目标设计 ②促销主题、时间、地点、对象确定 ③促销活动安排 ④促销预算	①湖南农副产品的市场促销策划方案
			技能： ①能根据具体情况制定合理的市场调研方案。	
7	公关活动策划	湖南某农产品经营企业的公关活动策划	知识： ①公关活动目标设计 ②公关活动主题、时间、地点、对象确定 ③公关活动活动安排 ④公关活动预算	①湖南某农产品经营企业的公关活动策划方案
			技能： ①能有效地对市场营销策划环境进行 SWOT 分析； ②能根据市场细分标准进行市场细分、目标市场选择和市场定位策划。	
8	企业年度整合营销方	湖南某农产品生产经营企业（委托企业）年度整合营销	知识： ①产品的市场、行业分析； ②竞争对手分析 ③消费者分析 ④产品目标市场营销策略的设计；	①湖南某农产品生产经营企业（委托企业）年度整合营销方案

	案	方案策划	⑤产品的品牌设计； ⑥相应产品、价格、渠道及年度促销策略的设计内容；	
			技能： ①能进行市场分析。 ②能进行目标市场设计 ③能进行产品品牌设计 ④能制定相应产品、价格、渠道及年度促销策略的设计	

第四部分 课程实施建议

本课程的总课时为 48，其中实践操作不低于 24，另加 1 周（28 课时）的营销策划实训。

2、各教学环节学时分配建议

教学单元		讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
市场营销策划基础知识		2			0		2
市场营销策划组织		1			1		2
市场营销策划创意		2			2		4
市场营销策划书		1			1		2
调研策划		2			2		4
营销战略策划	目标市场营销策划	2			2		8
	企业形象策划	2			2		
营销战术策划	新产品上市与品牌推广	2			4		26
	广告策划	2			2		
	渠道策划	2			2		
	企业公关活动策划	2			4		

	促销策划	2			4		
营销策划实训						28	**28**
合　计		24			24	28	**48+28**

二、教学建议

1、教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备一定的企业营销策划实践经验。

（3）具备系统的营销专业知识。

（4）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

教学组织设计建议见营销策划学习情境表 1~表 7。

营销策划学习情境表 1

学习情境 1	市场营销策划认知		2 学时
教学目标	知识目标： ①熟悉营销策划工作流程 ②掌握营销策划内容 技能目标： ①能对市场营销策划内容进行分析； ②在接受营销策划任务时，能根据市场营销策划的一般流程安排工作计划。		
学习任务	在接受营销策划任务时，能对市场营销策划内容进行分析；能根据市场营销策划的一般流程安排工作计划。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询相关市场营销策划案例； 3、通过课外与社会、同学了解市场营销环境。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下达任务书（成立模拟营销策划团队，并对团队的各成员进行职责上的分工，搜集有关营销策划案例的情况，课堂上进行分享） 2、营销策划的工作流程、营销策划的主要内容、营销策划的重要作用等； 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	1
2、任务实施	1、学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，在课外通过交流、讨论，组建团队，并搜集讨论资料，形成汇报内容。 2、在老师的指导下，组建团队，完成任务。	自主学习法 小组讨论法	课后 10 分钟
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

营销策划学习情境表 2

学习情境 2	市场营销策划组织		2 学时
教学目标	知识目标： ①了解营销策划组织类型 ②了解策划机构设置 技能目标： ①能根据市场营销策划岗位的要求，进行相关知识、能力与素质的提升培训； ②能根据营销策划工作的需要，正确选择外部策划机构。 ③具备自主学习的能力。		
学习任务	能对各类外部营销策划机构进行筛选，并能对策划机构进行组织结构上的设置。		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2.学生在课外通过网络查询中国有名营销策划公司以及业务情况。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	课内：多媒体；课外：电脑、网络		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（利用各种资源了解营销策划这个行业的一些基本情况，并了解中国几大有名的营销策划或者咨询公司的概况）； 2、教师讲解营销策划组织类型以及营销策划组织机构设置架构； 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	1
2、任务实施	1、学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，以小组为单位分工协作，完成准备工作。 2、在老师的指导下，完成汇报准备工作。	自主学习法 小组讨论法	课外
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	1
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

营销策划学习情境表 3

学习情境 3	市场营销策划创意		4 学时
教学目标	知识： ①了解营销策划创意 ②掌握策划创意的内容 ③了解策划创意的流程 ④掌握营销策划创意的方法 技能： ①在接受营销策划任务时，能熟练运用创意的思维与方法，按照市场营销策划创意的一般流程进行创意。		
学习任务	在了解与掌握创意概念与方法，尤其是理解创意思维模式的基础上能运用创意的一些技巧与方法对营销上的问题进行创意。		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2.学生在课外通过集体讨论与头脑风暴对布置的营销任务进行创意与设计并形成 PPT。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	课内：多媒体；课外：电脑、网络		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（运用营销创意的思维模式例如发散型思维等模式对你选择企业的产品进行创意与设计并形成汇报 PPT）； 2、教师讲解营销策划创意内容、营销策划流程、营销策划创意的方法等相关知识内容； 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	2
2、任务实施	1、学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，以小组为单位分工协作，完成准备工作。 2、在老师的指导下，完成 PPT 制作等准备工作。	自主学习法 小组讨论法	课外
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	2
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

营销策划学习情境表 4

<table>
<tr><td>学习情境 4</td><td colspan="2">市场营销策划书</td><td>2 学时</td></tr>
<tr><td>教学目标</td><td colspan="3">知识：
①了解策划书的类型
②掌握策划结构与内容
技能：
①能根据市场营销策划的需要，熟悉市场营销策划书格式。</td></tr>
<tr><td>学习任务</td><td colspan="3">能熟练掌握营销策划书撰写的格式</td></tr>
<tr><td>教学条件</td><td colspan="3">1.学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示；
2.学生在课内模拟撰写营销策划书的格式。</td></tr>
<tr><td>教学材料</td><td colspan="3">授课计划、多媒体课件</td></tr>
<tr><td>工具材料</td><td colspan="3">课内：多媒体；</td></tr>
<tr><td>其他信息</td><td colspan="3">教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）</td></tr>
<tr><td>教学阶段</td><td>工作过程</td><td>教学方法建议</td><td>学时</td></tr>
<tr><td>1、任务布置与知识讲解</td><td>1、教师下发任务书（对于给定的营销策划的背景，撰写营销策划的格式。）；
2、教师讲解营销策划书的类型、营销策划书结构与内容、格式等相关知识内容；
3、教师解答学生提出问题。</td><td>讲授法
案例教学法</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2、任务实施</td><td>1、学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，以小组为单位分工协作。
2、在老师的指导下，完成准备工作。</td><td>自主学习法
小组讨论法</td><td rowspan="3">1</td></tr>
<tr><td>3、交流讨论</td><td>1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果；
2、老师现场参于并指导学生的讨论。</td><td>角色扮演法
案例教学法
小组讨论法</td></tr>
<tr><td>4、评估</td><td>1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值；
2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩；
3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。</td><td>角色扮演法
案例教学法
小组讨论法</td></tr>
</table>

营销策划学习情境表 5

<table>
<tr><td>学习情境 5</td><td colspan="2">调研策划</td><td>4 学时</td></tr>
<tr><td>教学目标</td><td colspan="3">知识：
①掌握资料调研方法；
②掌握调研方案与问卷设计的内容；
③掌握调研组织与实施的方法。
技能：
①能根据具体情况制定合理的市场调研方案；
②能根据收集资料的需要，选择不同的调研方法；
③能用问卷调研法进行市场调研。</td></tr>
<tr><td>学习任务</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>教学条件</td><td colspan="3">1.学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示；
2.学生在课外通过上网查询，以小组分工协作的方式，完成各自创业策划书的写作，并形成 PPT。</td></tr>
<tr><td>教学材料</td><td colspan="3">授课计划、多媒体课件</td></tr>
<tr><td>工具材料</td><td colspan="3">课内：多媒体；课外：电脑、网络</td></tr>
<tr><td>其他信息</td><td colspan="3">教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）</td></tr>
<tr><td>教学阶段</td><td>工作过程</td><td>教学方法建议</td><td>学时</td></tr>
<tr><td>1、任务布置与知识讲解</td><td>1、教师下发任务书（以小组分工协作的方式，对于给定的调研策划的背景任务进行撰写调研方案、设计调研问卷并实施调研过程，分析调研信息并形成调研报告形成 PPT。）；
2、教师讲解调研过程策划、调研信息整理与调研报告撰写等相关知识内容；
3、教师解答学生提出问题。</td><td>讲授法
案例教学法</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2、任务实施</td><td>1、学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，以小组为单位分工协作，完成调研方案设计、调研过程实施、调研报告撰写等课外准备工作。
2、在老师的指导下，完成 PPT 制作等准备工作。</td><td>自主学习法
小组讨论法</td><td>课外</td></tr>
<tr><td>3、交流讨论</td><td>1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果；
2、老师现场参于并指导学生的讨论。</td><td>角色扮演法
案例教学法
小组讨论法</td><td rowspan="2">2</td></tr>
<tr><td>4、评估</td><td>1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值；
2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩；
3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。</td><td>角色扮演法
案例教学法
小组讨论法</td></tr>
</table>

营销策划学习情境表 6

学习情境 6	营销战略策划		8 学时
教学目标	知识目标： ①掌握市场细分策划的内容 ②掌握目标市场策划内容 ③掌握市场定位策划内容 ④了解企业形象设计的流程 ⑤掌握企业形象设计的基本内容 技能目标： ①能有效地对市场营销策划环境进行 SWOT 分析； ②能根据市场细分标准进行市场细分、目标市场选择和市场定位策划。 ③能根据企业形象策划的基本流程和内容进行企业形象策划。		
学习任务	在全面掌握营销战略策划相关知识的基础上，能够对给定的企业营销背景进行企业目标市场确定以及市场定位的策划；能依据给定的企业背景资料对企业进行形象设计与策划。		
教学条件	1.学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示； 2.学生在课外通过上网查询、实地走访与考查，以小组分工协作的方式，完成企业定位策划以及企业形象设计方案，并形成 PPT。		
教学材料	授课计划、多媒体课件		
工具材料	课内：多媒体；课外：电脑、网络		
其他信息	教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）		
教学阶段	工作过程	教学方法建议	学时
1、任务布置与知识讲解	1、教师下发任务书（通过上网查询、实地走访与考查，以小组分工协作的方式，完成企业定位策划以及企业形象设计方案，并形成 PPT。）； 2、教师讲解目标市场策划、企业定位策划、企业形象策划等相关知识内容； 3、教师解答学生提出问题。	讲授法 案例教学法	4
2、任务实施	1、学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，以小组为单位分工协作，完成各自企业创立所需各种材料的写作等准备工作。 2、在老师的指导下，完成 PPT 制作等准备工作。	自主学习法 小组讨论法	课外自主
3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	4
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

营销策划学习情境表 7

<table>
<tr><td>学习情境 7</td><td colspan="2">营销战术策划</td><td>26 学时</td></tr>
<tr><td>教学目标</td><td colspan="3">知识目标：
①掌握新产品开发与推广策划流程与内容
②掌握品牌与包装策划的基本内容
③掌握广告策划的流程与内容
④掌握渠道方案撰写的内容
⑤掌握公关活动策划的流程与技巧以及方案撰写内容
技能目标：
①能分析市场环境；
②能针对新产品来设计品牌与包装，并有针对性的策划推广方案；
③能根据针对企业营销环境与竞争对手的情况，提炼企业产品的核心利益点，确定产品的定位；
④能依据产品的定位来策划广告方案、掌握广告方案撰写的内容；
⑤能一句市场分析的结论进行渠道、公关、促销等方案的策划。</td></tr>
<tr><td>学习任务</td><td colspan="3">掌握企业营销战术策划的基本知识并能对给定的企业的营销背景进行分析，在分析的基础上，策划新产品的开发与推广方案、品牌与包装策划方案、广告策划方案、渠道设计方案以及公关促销活动方案等。</td></tr>
<tr><td>教学条件</td><td colspan="3">1.学生在多媒体教室获得所需知识并进行成果展示；
2.学生在课外通过上网查询，以小组分工协作的方式，完成对给定的企业的营销背景的分析，在分析的基础上，进行策划新产品的开发与推广方案、品牌与包装策划方案、广告策划方案、渠道设计方案以及公关促销活动方案策划，并形成 PPT。</td></tr>
<tr><td>教学材料</td><td colspan="3">授课计划、多媒体课件</td></tr>
<tr><td>工具材料</td><td colspan="3">课内：多媒体；课外：电脑、网络</td></tr>
<tr><td>其他信息</td><td colspan="3">教师职教新干线空间各种相关资料（包括但不限于：课程标准、授课计划、教案、课件）</td></tr>
<tr><td>教学阶段</td><td>工作过程</td><td>教学方法建议</td><td>学时</td></tr>
<tr><td>1、任务布置与知识讲解</td><td>1、教师下发任务书（通过上网查询，以小组分工协作的方式，完成对给定的企业的营销背景的分析，在分析的基础上，进行策划新产品的开发与推广方案、品牌与包装策划方案、广告策划方案、渠道设计方案以及公关促销活动方案策划，并形成 PPT。）；
2、教师讲解新产品开发与推广策划流程与内容、品牌与包装策划、广告策划、渠道方案撰写、公关活动策划的流程与技巧以及促销方案撰写等相关知识内容；
3、教师解答学生提出问题。</td><td>讲授法
案例讨论法</td><td>16</td></tr>
<tr><td>2、任务实施</td><td>1、学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，以小组为单位分工协作，完成对各类方案策划与撰写等准备工作。
2、在老师的指导下，完成 PPT 制作等准备工作。</td><td>自主学习法
案例教学法
小组讨论法</td><td>课外</td></tr>
</table>

3、交流讨论	1、学生以小组为单位汇报任务安排（包括小组成员分工与职责）、任务实施过程，并展示工作成果； 2、老师现场参于并指导学生的讨论。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	10
4、评估	1、小组自评：实施小组对各组成果进行自评，并确定每个成员的贡献值； 2、小组互评：其他（听众）小组根据讲解的效果进行评价和建议，评出该小组成绩； 3、教师评价：老师根据每个小组的工作成果确定小组成绩。	角色扮演法 案例教学法 小组讨论法	

三、教学评价建议

教学评价建议见营销策划课程评价表 1-2。

营销策划课程评价表 1：各学习情境所占成绩比例分配

学习情境	1	2	3	4	5	6	7	合计
所占分值	5	5	5	10	15	20	40	100%

营销策划课程评价表 2：各学习情境评价表

学习情境 1-7					
考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1. 小组成员对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2. 项目成果（60%）	小组互评*0.4+ 教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
3. 交流及表达能力（20%）	小组互评*0.4+ 教师评价*0.6	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能用专业语言正确较为流利地开展项目陈述，声音洪亮	能用专业语言正确地开展项目陈述	能用专业语言基本正确开展项目陈述，无重大失误
4. 学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5. 团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

四、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合助理营销师考证专用教材与湖南省高职营销专业技能抽查标准。

2、推荐教材

建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营销专业技能抽查标准中有关营销策划测试部分内容的要求来自编教材，未重新自编前可选用《营销策划》，王娜玲主编，上海财经大学出版社。

3、参考书目

（1）王水清，邵斌，王玉波主编．市场营销策划．南京：南京大学出版社，2011 年

（2）陈文刚主编．市场营销策划．武汉：武汉大学出版社，2008 年

（3）张丁卫东编著．营销策划：理论与技艺．北京：电子工业出版社，2007 年

（4）《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

（5）《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

4、参考的教学资料

（1）课程标准；

（2）课程授课计划；

（3）教学课件；

（4）教学视频。

5、学习网站

（1）中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

（2）中国教育网 http://www.cer.net/

（3）中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

（4）中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

（5）中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

（6）全球品牌网　http://www.globrand.com/

五、课程资源的利用与开发

要注重课件、案例库、实境实训、学习指南等相关辅导资料的开发，建立市场营销策划教学案例库，建设网络课程，利用营销专业网页强大的链接功能，遵循教、学、做合一的原则，适应项目制、团队化教学的需要，使理论知识必需、够用，强调教材内容的实务性、实战性和项目运作的特点，满足学生通过网络学习本课程的需要，充分体现高等职业教育的教学特点，充分调动学生学习的积极性和主动性，激发学生的创新意识和创业热情，推动学生主动寻找机会参与企业的实际工作，提高学生的实际操作能力；与此同时，为了强化实训教学，编写技能训练项目和实训指导书。

六、教学方法与手段建议

1、采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。该模式以岗位为中心，教师从岗位需求出发，分析岗位任务，根据岗位任务，设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能后，进行实训设计，强化技能训练，然后进入企业顶岗实习，从而适应岗位要求，为学生零距离就业打下基础。通过这样的设计，完成了“基于工作岗位一体化”的

教学过程。

2、“大课堂”教学模式，双导师制。打破教室概念，以工学结合的“大课堂”代替固定的教室。所谓“大课堂”，即将教室、校内实训室、校外企业项目、供销行业，乃至整个社会都融为一个“大课堂”，围绕创业型人才培养需要，在具体教学过程中以自主创业中各项知识及技能的要求为主线进行教学与实践，采取以工学交替为特色的教学组织形式，突出职业核心能力训练。

双导师制将社会与高校的资源进行整合共享，以校内优秀的专任教师为学术导师，以校外有丰富实践经验的企业高级营销师或管理部门人员等来担任职业导师，集理论与实践培养于一体，相互促进，有利于学生在读书期间拓宽知识面，增加社会经验，缩短成才过程。

3、充分应用现代教学技术手段。课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，在加强校园网、电子图书馆、多媒体教室等数字化教学环境建设的基础上，100%使用多媒体授课。

七、实践教学建议

为更好地服务地方经济建设，应努力构建“工学交替、产学结合、校企一体化”的教学模式。按照适度、必须、够用的原则进行理论教学，以项目为导向、以任务为驱动，强力推进校企合作，重在加强学生校内实验实训、校外顶岗实习建设，注重学生专业岗位技能培养；通过进一步加大与地方企业的合作力度，为地方经济建设输送一大批高素质、高技能专业人才。

学生在课程学习实践过程中，同时接受校内导师（即专业教师）理论的指导、及校外企业策划精英的课程实训指导或企业项目经理的分项实践指导。通过实境实训、技能大赛等方式提升学生职业技能。如注重培养学生参加全国高校市场营销大赛，以技能大赛带动学生技能的培养与提高。建立健全学生技能大赛培养、参赛制度，组织专人跟踪大学生技能大赛动向，并对技能大赛需求的技能与企业岗位技能进行对比，探索专业技能教学的结合点，改进传统教学只依靠教材而脱离岗位技能的做法。以赛促学，引导学生理论联系实际，鼓励求是拓新，既为企业创造市场效益，又为学生营销素质与能力的形成创造了良好机遇。

课程标准制订人：

审　　核：

制 订 日 期：

物流管理专业

1.《仓储管理实务》课程教学标准

课程代码:
课程名称：仓储管理实务
英文名称：
课程类型:核心物流管理课程（专业必修课）
总 学 时： 45　　讲课学时： 25　　实践学时： 20
学　　分：
适用对象：物流管理管理专业
先修课程：物流导论、商品基础知识

第一部分 前言

一、课程性质与地位

《仓储管理实务》是物流管理专业一门重要的专业职能技术核心课程。本课程主要研究仓库的设置与布局，货仓的储存规划，商品的入库、出库和盘点管理，货仓商品的保管与储存，仓储安全管理，库存管理与控制，仓储成本与经济效益分析等内容。

学生通过本课程理论学习和实践操作，应全面系统地掌握仓储及仓储经营管理、仓库和仓库设备、仓储规划设计、仓库进出库作业、仓库保管作业、仓储业务管理等库管职业岗位业务管理的基本理论和方法，具备商品储存业务基本管理知识和基本技能，为未来从事物流仓储管理业务工作奠定基础。

二、课程基本理念

1.校企合作，基于工作过程开发课程

加强校企合作，通过对职业行动领域工作过程的跟踪调研，并吸收企业专家的建议，基于工作过程重新整合、序化教学内容。既着眼于学生在仓储业务操作工作实际的需求，也关注学生职业生涯持续发展的需要，合理安排必备基础知识和综合知识。

2.基于行动导向组织课程教学，突出学生的能力培养

通过行动导向的教学模式，强调学生学习的主体性，教、学互应，学、做结合，着重培养学生的专业能力、方法能力和社会能力，即综合职业能力，能从容应用于未来的职业中。

3.多元化评价方式，促进学生不断发展

在评价结构上，突出过程性评价，对学生阶段性学习成果及时进行评价，促进学生的自主学习和发展；在评价方式上，强调学生自我评价、相互评价和教师评价并重，提高学生学习的兴趣，同时培养学生合作、诚信等良好品质。

三、课程设计思路

本课程标准以物流管理专业学生的就业为导向，根据行业专家对专业所涵盖的岗位群进行的任务和职业能力分析，以本专业共同具备的岗位职业能力为依据，遵循学生认知规律，紧密结合职业资格

证书中仓储管理的知识和技能要求，确定本课程的项目模块和课程内容。按照商品入库作业、商品在库管理、商品出库作业、等具体实践过程安排学习项目，使学生掌握仓储作业的基本操作要领。为了充分体现任务引领、实践导向课程的思想，将本课程项目模块下的教学活动又分解设计成若干任务，以任务为单位组织教学，并以仓储作业为载体，按物流活动的要求展开教学，让学生在掌握仓储作业技能的同时，引出相关专业理论知识，使学生在技能训练过程中加深对专业知识、技能的理解和应用，培养学生的综合职业能力，为学生的终身学习打下良好基础。

第二部分 课程目标

一、总体目标

本课程在教学过程中，注重以仓储管理的综合知识为基本，具体仓储管理和库存控制知识为重点，理论教学与实践教学并重，重点培养学生在仓储管理方面的知识积累和动手能力。

二、分类目标

1、知识目标：通过项目主线、任务引领的活动设计，使学生具备高素质劳动者和中初级专门人才所必需的仓储管理的基本知识、基本方法。

2、职业技能目标：掌握仓储业务管理及进出库业务操作、商品分类及装卸搬运作业方式的组织、商品保管养护、库存管理的方式，以及现代仓储管理的经济核算、安全管理、计算机应用等基本技能。

3、职业素质养成目标：培养学生具有爱岗敬业、团队合作的品质，树立环保、安全意识，形成良好的职业道德行为。

4、职业技能证书考核要求：助理物流师

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	**教学（或学生）成果**
1	认识仓储行业	①认识仓储和仓储管理； ②认识仓库和仓库管理。	知识： ①理解仓储及仓储管理的不同含义； ②掌握仓储的多种功能、分类和任务； ③明确仓储管理的对象、内容及意义； ④了解仓储行业的发展； ⑤理解仓库的概念、了解其结构及作业流程； ⑥掌握仓库的功能、分类和任务； ⑦了解仓储管理人员应该具备的素质和要求。 技能： ①学会查找和搜集资料、； ②对仓储企业进行调研（围绕仓储管理的概念、作用、发展现状及改进方向等内容）； ③能够设计仓储企业调查表； ④具备自主学习的能力。	①仓储管理基本知识电子教案； ②仓储行业发展现状及存在问题视频信息； ③比较我国仓储行业与国外仓储行业存在的差异因素分析。
2	仓储企业的组建	① 仓储企业的设立 ② 仓储企业的定位与竞争战略 ③ 仓储组织管理	知识： ①了解仓储企业的分类与设立企业的要求； ②掌握设立企业的一般步骤； ③明确企业使命、定位、战略竞争意义； ④ 掌握仓储企业定位的基本内容； ⑤ 掌握组织机构设置的基本原则 ⑥ 掌握仓储人员选拔、培训和考核的目的和方法。 技能： ①能够根据要求设立有限责任仓储企业； ②具有制定仓储企业竞争战略的能力； ③具备仓储组织设计与人员管理的基本技能。	①仓储企业组建课件
3	仓储作业流程---入库作业	①入库作业步骤； ②货位存货量的的确定； ③货位的安排； ④物资检验问题分析。	知识： ① 了解有关入库作业的知识； ② 掌握物资入库的概念、方法和步骤； ③了解仓储作业流程有关的信息技术。 技能： ①能够熟练入库作业流程； ②能够熟练组织物资入库； ③具备合理安排储位的能力。	①文字处理及可视化材料； ②入库作业课件
4	仓储作业流程---在库作业	①在库作业的内容； ②商品保管方式； ③商品及货位编码方法；	知识： ⑥ 掌握在库作业的概念和步骤 ⑦ 了解商品养护知识； ③ 掌握盘点的内容、方法和步骤。	①在库作业课件； ②安排学生模拟作业流程 ③完成商品堆垛作

		④盘点的内容；	技能： ①能够识别和进行商品编码、货位编号； ②能够安排商品的垫垛和占盖； ③能够设计商品的盘点方案。	业
5	仓储作业流程---出库作业	①出库作业的步骤； ②出库作业的方式； ③出库过程中存在问题及处理。	知识： ① 掌握商品出库作业的流程； ② 熟悉商品出库作业管理的要求 ⑧ 熟悉商品的发货方式； ⑨ 掌握货物出库的商品知识。 技能：①能够进行物资出库管理的设计，能够处理物资出库时出现的问题； ②能够设计出库作业的全套单据。	①能够设计某一仓储企业物资出库的流程； ②出库作业课件
6	仓储增值作业	①流通加工的概念及内容； ②配送的概念及内容。	知识： ① 能够明确流通加工的概念和基本形式； ② 熟知流通加工合理化的基本要求 ③ 明确配送的概念和要素； ④ 熟知配送的组织与方法。 技能： ① 能够为不同的商品设计流通加工方法； ② 能够为不同的商品设计流通加工方法； ③ 具备自主学习的能力。	① 模拟物资设计流通加工方案； ② 仓储增值作业课件； ③ 典型的物资流通加工方式介绍
7	仓储经营管理	①库存控制管理； ②仓储商务管理； ③仓储绩效管理。	知识： ① 明确库存控制的含义、作用； ② 掌握 ABC 分析法、定期、定量订货法； ③ 了解仓储管理活动的含义与管理； ④ 熟悉仓储仓储商务活动的内容与过程； ⑤ 掌握仓储合同的内容及仓单的作用； ⑥ 明确仓储绩效管理的意义； ⑦ 掌握仓储成本的构成； ⑧ 掌握评价仓储作业情况的指标纬度。 技能： ①具备进行库存控制的能力； ②具备制定仓储投标书的能力； ③具备对仓储进行绩效管理的能力。	① 仓储经营管理课件 ② 对模拟库存数据进行 ABC 分析 ③ 设计一份仓储合同 ④ 制定公司客户服务方案（包括服务价格）
8	仓储自动化技术和管理信息系统	①仓储自动化技术简介； ②仓储管理信息系统简介。	知识： ① 明确现代自动化技术对仓储的作用与影响； ② 掌握常用设备的使用方法； ③ 了解仓储管理信息系统的基本功能模块。	仓储自动化技术与管理信息系统课件；

			技能： ①具有仓储自动化技术应用于管理的能力； ②根据实际情况提出仓储管理信息系统需求的能力。	
9	特色专题 农产品仓储管理	农产品仓储管理技术、方法、手段等先进的仓储技术对经济发展的帮助等	知识： ① 了解农产品仓储知识； ② 掌握常见几种农产品仓储管理方法、技术手段； ③ 了解我国农产品仓储的现状及其与国外存在的差距。 技能： ①具有自主学习的能力； ②设计几种农产品仓储方案。	农产品仓储管理； 设计几种农产品仓储方案； 比较我国农产品仓储水平与国际的差距； 搜集国家近年来对农产品仓储的扶持政策等

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
认识仓储行业	4		1		1	6
仓储企业的组建	5			3		8
入库作业管理	2			2		4
在库作业管理	3	1		2		6
出库作业管理	3		1	2		6
仓储增值作业	1			2	1	4
仓储经营管理	2	1		3		6
仓储自动化技术和管理信息系统	1			3		4
特色专题农产品仓储管理	3		1	2		6
合计	24		3	19		46

二、教学建议（黑体，小 4 号字）

1. 教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备系统的仓储管理的专业知识。

（4）有丰富的物流企业或仓储企业工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2. 教学组织设计的建议

教学组织设计建议见仓储管理实务学习情境 表 1~表 9。

仓储管理实务学习情境表 1

学习领域	仓储管理实务		**总课时：**45
学习情境 1	认识仓储行业		**课时：** 6
教学目标	通过学习情境 1 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会查找和搜集资料； 2、对仓储企业进行调研（围绕仓储管理的概念、作用、发展现状及改进方向等内容）； 3、能够设计仓储企业调查表。		
学习任务	1、理解仓储及仓储管理的不同含义； 2、掌握仓储的多种功能、分类和任务； 3、明确仓储管理的对象、内容及意义； 4、了解仓储行业的发展； 5、理解仓库的概念、了解其结构及作业流程； 6、掌握仓库的功能、分类和任务； 7、了解仓储管理人员应该具备的素质和要求。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关仓储行业有关的信息； 3、通过课外与社会、同学完成学习认识仓储行业知识内容的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过仓储相关案例，导入学生对仓储行业学习的兴趣，及对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	1
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握国内外仓储行业现状的相关知识。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2
检　查	1、任务完成，学生能读掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	2
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计仓储企业调查表能力。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	1

仓储管理实务学习情境表 2

学习领域	仓储管理实务	**总课时：**45
学习情境 2	仓储企业的组建	**课时：**8
教学目标	通过学习情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够根据要求设立有限责任仓储企业； 2、具有制定仓储企业竞争战略的能力； 3、具备仓储组织设计与人员管理的基本技能。	
学习任务	1、了解仓储企业的分类与设立企业的要求； 2、掌握设立企业的一般步骤； 3、明确企业使命、定位、战略竞争意义； 4、掌握仓储企业定位的基本内容； 5、掌握组织机构设置的基本原则 6、掌握仓储人员选拔、培训和考核的目的和方法。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得组建仓储企业的内容； 3、通过课外与社会、同学完成学习组建仓储企业的任务。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、多媒体	
其他信息	《企业管理基础》	

教学阶段	工 作 过 程	教学方法建议	学时
导　入	同学们，假如你要组建一个仓储公司，你要做哪些准备呢？根据学生的回答，引出这节课的内容，这节课我们将具体学习一下仓储公司设立的程序。	讲授法 启发式教育法	10 分钟
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握组建仓储企业相关知识点。其中包括： 仓储企业的设立、定位、策略与组织管理等内容，	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	6
检　查	1、任务完成，学生能掌握组建仓储企业相关知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	35 分钟
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、模拟组建仓储企业设计方案，成果展示。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	1

仓储管理实务学习情境表 3

学习领域	仓储管理实务		**总课时：**45
学习情境 3	入库作业管理		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够熟练入库作业流程； 2、能够熟练组织物资入库； 3、具备合理安排储位的能力。		
学习任务	对入库业务流程项目的学习，主要学习任务是： 1、了解有关入库作业的知识； 2、掌握物资入库的概念、方法和步骤； 3、了解仓储作业流程有关的信息技术。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关入库作业相关内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	首先复习项目三的内容(提问:仓库布局网点决策的内容、影响因素、选址的基本方法等内容)，进而引出项目四，并介绍一般仓库作业流程,这一章将要详细的学习此项内容。。。。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.4 课时
教学进程	以任务驱动教学进程,教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结,并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握入库作业该项目的知识点。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握入库作业项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.6 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、模拟几种商品入库作业操作。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

仓储管理实务学习情境表 4

学习领域	仓储管理实务	**总课时：**45
学习情境 4	在库作业管理	**课时：**6
教学目标	通过学习情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够识别和进行商品编码、货位编号； 2、能够安排商品的垫垛和占盖； 3、能够设计商品的盘点方案及差异分析。	
学习任务	对在库作业项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握在库作业的概念和步骤 2、了解商品养护知识； 3、掌握盘点的内容、方法和步骤。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得在库作业管理的相关内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、多媒体	
其他信息		

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	先复习上一节的内容，再让学生思考一下题目： 某仓库单位面积技术定额为 2t/m2，现有 5m×4m 仓库货位，计划堆存某五金商品一批，已知该五金商品为木箱包装，箱尺寸：50cm×20cm×20cm，每箱重 30kg，问该货位能堆放多少箱？可采用怎样的垛型？如何开垛？ 通过锻炼学生安排货位的能力，引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能快速准确理货、合理安排货位、设计盘点方案，并能填制相关的商品档案信息。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握在库作业管理该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计几种商品的盘点方案 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

仓储管理实务学习情境表 5

学习领域	仓储管理实务	**总课时：**45
学习情境 5	出库作业管理	**课时：**6
教学目标	通过学习情境 5 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够进行物资出库管理的设计； 2、能够处理物资出库时出现的问题； 3、能够设计出库作业的全套单据。	
学习任务	对会计业务流程项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握商品出库作业的流程； 2、熟悉商品出库作业管理的要求 3、熟悉商品的发货方式； 4、掌握货物出库的商品知识。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关在库作业相关的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络白纸、多媒体	
其他信息		

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	复习上一节的内容，出库作业是货物阶段的终止，也是仓库作业的最后一个环节，这一环节的好坏直接关系到仓库的服务质量和客户满意度。。。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	10 分钟
教学进程	任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能熟悉商品出库作业的流程、商品出库作业管理的要求、商品的发货方式、货物出库的商品知识等内容。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5
检　查	1、任务完成，学生能掌握在库作业管理该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	35 分钟
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、**设计出库作业的全套单据。** **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

仓储管理实务学习情境表 6

学习领域	仓储管理实务		**总课时：**45
学习情境 6	仓储增值作业		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 6 的学习，使学生具备以下能力： 1、熟悉几种典型流通加工方法； 2、能够为不同的商品设计流通加工方法； 3、具备自主学习的能力。		
学习任务	对会计业务流程项目的学习，主要学习任务是： 1、能够明确流通加工的概念和基本形式； 2、熟知流通加工合理化的基本要求 3、明确配送的概念和要素； 4、熟知配送的组织与方法。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关仓储增值业务的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	流通加工是现代物流系统中的重要内容之一。这种高附加价值的形成，主要着眼于满足用户的个性化需要，提高服务功能而取得的，是贯彻物流战略思想的表现，是一种低投入、高产出的加工形式。请同学说出典型的流通加工有什么？。。。。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能计算和分配固定资产折旧，对与固定资产有关的经济业务的发生情况编制记账凭证，然后登记相关的账薄。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握仓储增值业务该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、期中测试。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

仓储管理实务学习情境表 7

学习领域	仓储管理实务	**总课时：**45
学习情境 7	仓储经营管理	**课时：**6
教学目标	通过学习情境 7 的学习，使学生具备以下能力： 1、具备进行库存控制的能力； 2、具备制定仓储投标书的能力； 3、具备对仓储进行绩效管理的能力。	
学习任务	对仓储经营管理项目的学习，主要学习任务是： 1、明确库存控制的含义、作用； 2、掌握 ABC 分析法、定期、定量订货法； 3、了解仓储管理活动的含义与管理； 4、熟悉仓储仓储商务活动的内容与过程； 5、掌握仓储合同的内容及仓单的作用； 6、7、掌握仓储成本的构成。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关仓储经营管理的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、多媒体	
其他信息		

教学阶段	工 作 过 程	教学方法建议	学时
导　入	复习上节课的内容。。。库存管理是物流管理最基本最重要的环节，决定着仓储管理的成本，良好的库存控制要求既要满足货物供应的要求，又要尽可能地降低成本。引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能库存概念及库存控制的涵义、目标及库存控制的方法如 ABC 分类管理法、定期订货法、定量订货法等内容进行学习与操作。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握仓储经营管理该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

仓储管理实务学习情境表 8

学习领域	仓储管理实务		**总课时：**45
学习情境 8	仓储自动化技术和管理信息系统		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 8 的学习，使学生具备以下能力： 1、具有仓储自动化技术应用于管理的能力； 2、根据实际情况提出仓储管理信息系统需求的能力。		
学习任务	对该项目的学习，主要学习任务是： 1、明确现代自动化技术对仓储的作用与影响； 2、掌握常用设备的使用方法； 3、了解仓储管理信息系统的基本功能模块。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对该项目的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能对常用仓储设备的使用、仓储管理信息系统模块，能利用仓储信息管理软件进行相应操作。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3 课时
检　查	1、任务完成，学生能该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 **结果考核：**作业批改	讨论教学法	

仓储管理实务学习情境表 9

学习领域	仓储管理实务		**总课时：**45
学习情境 9	农产品仓储管理		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 9 的学习，使学生具备以下能力： 1、具有自主学习的能力； 2、通过实地调查，设计几种农产品仓储方案。		
学习任务	对农产品仓储管理项目的学习，主要学习任务是： 1、了解农产品仓储知识； 2、掌握常见几种农产品仓储管理方法、技术手段； 3、了解我国农产品仓储的现状及其与国外存在的差距。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关农产品仓储管理的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体		
其他信息			
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对农产品仓储管理重要性的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能掌握职工薪酬的计算和分配，并根据有关原始凭证编制记账凭证和登记账薄。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握农产品仓储管理的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、对农产品仓储企业进行调研，撰写调研报告。 **结果考核：**调研报告展示	讨论教学法	

三、教学评价建议

对于仓储管理实务课程每一学习情境的教学评价建议如下：

财务会计课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末闭卷和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算分析题

3.实践操作 40％

10 个项目：仓储行业调研作业、设立、组建模拟仓储企业作业；仓储入库作业；在库管理业务；出库作业；填制相关单据；设计仓储作业操作流程；库存控制管理业务；编

制仓储合同作业；仓储成本合算业务；仓储增值业务；农产品仓储现状调研及问题分析业务。实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65%）、学习态度（20%）、实训报告撰写（15%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	基础资料的录入 入库、在库、出库操作的正确性、及时性。 库存数据分析的的正确性 库存控制的方法的应用 仓储相关单据填制的正确性 职业素养的能力	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	闭卷考试	50%

课程项目考核标准

序号	项目	主要考核的知识技能点		考核方式	分值
1	认识仓储行业	理论知识	1、仓储的功能、分类和任务； 2、仓储的对象、内容和意义； 3、仓储行业的发展现状； 4、仓储管理人员应具备的素质和要求。	闭卷考试	10
2	组建仓储企业	理论知识	1、 企业的分类与设立企业的要求 2、 企业设立的一般步骤 3、 仓储企业竞争战略的基本类型 4、 企业基本的组织结构形式 5、 仓储人员的培训、选拔方法	闭卷考试	5
		实践操作	1.针对已知公司的情况，成立模拟仓储企业、制作企业成立申请书 2.对自己创建的模拟仓储企业进行合理的市场定位、并设计初步竞争战略 3.为自己创建的模拟仓储公司设计合理的组织结构。	依据仓储管实务课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	5
3	入库作业管理	理论知识	1. 物资入库的概念、内容和步骤； 2. 储位的计算 3. 物资检验方法 4. 物资接运方式	闭卷考试	8
		实践操作	1.设计物流入库作业流程 2.填制物资入库相关单据 3.熟练组织物资入库	依据仓储管理实务课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	8
4	在库作业管理	理论知识	1.货品的保管方式 2.在库作业的概念和步骤 3.商品编码与货位编号 4.商品堆垛和垫垛 5、盘点内容、方法、原则等	闭卷考试	8
		实践操作	1.能够对拟存货物进行编码 2.合理进行货位编号 3.设计盘点方案 4.能够熟练填制相关单据	依据仓储管理实务课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	8
5	出库作业管理	理论知识	1.物资出库作业流程 2.物资出库作业管理要求	闭卷考试	8

			3.仓储物资发货方式 4.车辆配载技术 5.物资出库作业发生问题及处理方式		
		实践操作	1.能够进行物资的出库管理设计，能够处理物资出库时遇到的问题 2.能够设计出库的全套单据 3.能够设计模拟仓储企业的出库流程	依据仓储管理实务课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	8
6	仓储增值业务	理论知识	1.流通加工的概念和基本形式 2.流通加工合理化的要求 3.配送的概念和要素 4.配送的组织和方法	闭卷考试	5
		实践操作	1.能够为不同的商品设计流通加工方案 2. 能够为不同的商品设计配送方案	依据仓储管理实务课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	5
7	仓储经营管理	理论知识	1.库存控制的含义、作用 2.ABC 分类管理法 3.定期、定量订货法 4.仓储商务活动的含义和作用 5.仓储商务活动的过程 6.仓储绩效管理的意义 7.评价仓储绩效管理的指标 8.仓储成本的构成	闭卷考试	6
		实践操作	1.具备对仓储进行绩效管理的能力 2.制定自创模拟仓储公司的绩效评价体系 3.制定一份仓储合同 4.对模拟公司的库存进行 ABC 分类控制	依据仓储管理实务课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	6
8	农产品仓储管理	理论知识	1、农产品仓储知识； 2、常见几种农产品仓储管理方法、技术手段； 3、我国农产品仓储的现状及其与国外存在的差距。	闭卷考试	5
		实践操作	1、具有自主学习的能力； 2、通过实地调查，设计几种农产品仓储方案。	依据仓储管理实务课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	5

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以仓储企业典型工作任务为主线，将仓储管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《仓储管理实务》　吴新燕　天津大学出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国物流与采购联合会 http://www.chinawuliu.com.cn

六、课程资源的利用与开发

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：贾妍

审核：

制订日期：　2011.6.20

2.《供应链管理》课程标准

课程代码:

课程名称：供应链管理

英文名称：

课程类型：核心物流管理课程（专业必修课）

总 学 时：44　　讲课学时： 30　　实践学时： 14

学　　分：3

适用对象：物流管理专业

先修课程：物流导论、运输管理实务、仓储管理实务、采购管理、企业物流管理

第一部分 前言

一、课程的性质和作用

《供应链管理》是湖南商务职业技术学院物流管理专业构建 “工作过程为导向的”新课程体系中的一门专业课程，属于高职工商管理类专业开设的专业理论课程。

通过本课程的学习和训练：一方面对学生的职业技能的强化起到非常大的作用。因为经过本课程的学习所掌握的供应链管理的基本方法和比如“企业物料需求计划的编制”等职业技能，这些技能是学生今后就业的时候在实际工作岗位上面必须要的一些职业技能，那么通过这个课程的学习可以得到强化。另外一个方面，在本课程的教学中，通过工学结合、项目导向的教学模式的应用，将学生就业中必须具备的创新、质量、快速反应意识和团队合作、相互沟通、自我学习的职业素养贯穿于课程的整个教学过程中，从而对学生的职业素养的培养起到很好的促进作用。同时，这门课程是作为物流管理专业的核心课程，它起到一个起到承前启后作用，也为毕业生在今后实际工作中主要的一些工作任务起到一个支撑作用。因为对于物流管理专业的学生经过供应链中常用流程设计，供应链流程管理和供应链流程诊断与优化的学习，可以提升自己的职业技能，并为考取物流师资格证打下良好的基础。

二、课程基本理念

1.基于工作过程开发课程

加强校企合作，通过对职业行动领域工作过程的跟踪调研，并吸收企业专家的建议，以真是业务为依托，实现课程教学内容的“模块化、实战化、任务化”。

2.基于行动导向组织课程教学，突出学生的能力培养

通过行动导向的教学模式，强调学生学习的主体性，教、学互应，学、做结合，着重培养学生的专业能力、方法能力和社会能力，即综合职业能力，能从容应用于未来的职业中。

3.多元化评价方式，促进学生不断发展

在评价结构上，突出过程性评价，对学生阶段性学习成果及时进行评价，促进学生的自主学习和发展；在评价方式上，强调学生自我评价、相互评价和教师评价并重，提高学生学习的兴趣，同时培养学生合作、诚信等良好品质。

三、课程设计思路

1、强调“校企深度融合”

我院物流管理专业，通过与企业的密切合作，实现以共育高技能人才、共建专业、共同开发课程、共建共享实训基地、共享校企人才资源、共同开展应用研究与技术开发等“六共”为主要内容的校企深度融合。

在《供应链管理》课程设计的全过程中，校企共同确定课程的典型工作任务和职业能力，共同明确本课程的教学目标（理论知识、能力和职业素养），共同确定学习情境，并参与教学内容的选择和排序、教学模式研讨、教学方法以及学生学习特点分析，考核标准的制定。从而确保了课程整体设计更好地突出职业能力培养，并进一步体现职业性、实践性和开放性。在“边学边做边练”中实现校企共育人才。

2、强调“以职业能力培养为重点”

课程设计中不仅要充分考虑完成岗位（群）需要的职业能力，还要充分考虑学生的身心发展特点，合理运用学习迁移理论，科学选择教学媒介，灵活运用不同教学方法，并充分利用现代信息技术调动学生主动参与教学活动，做到爱学、会学、会用。

树立起协调、合作的思想观念和全球竞争意识，将学生的可持续发展能力培养需求贯穿于职业能力培养之中。从而使学生走上工作岗位后，能够利用在校期间习得的知识和经验，为提高企业供应链管理的绩效并最终增强企业的核心竞争力做出贡献。

3、强调“以就业为导向”

以市场为导向，将为就业服务的理念融入课程改革和课程建设中，通过与行业企业合作进行基于工作过程的课程开发与设计，更充分地体现了职业性、实践性和开放性的要求。为了让学生尽早地体会到职业环境，将原来与“供应链管理”课程匹配的“生产运作与管理”课程取消，用沙盘模拟企业经营管理实训，让学生体会企业经营管理的复杂性，正确认识供应链管理思想的重要性。力求实现课程教学与专业培养需求的“零距离”。

第二部分 课程目标

一、总体目标

本课程在教学过程中，培养学生的综合物流管理素质。使学生掌握供应链管理的基本概念和理论，供应链模型的构建，供应链管理理论在采购、生产、物流和库存控制等领域的应用和供应链资源的优化方法。使学生建立起供应链管理知识结构。

二、分类目标

1．学生知识结构目标

（1）掌握供应链管理的基本概念、基本原理。

（2）学生掌握供应链模型的构建。

（3）供应链管理理论在采购、生产、物流和库存控制等领域的应用

（4）对供应链资源的优化方法。

2．学生专业能力目标

（1）掌握供应链管理的基本分析思路和分析方法；

（2）具备企业供应链管理流程诊断与优化的能力，

3.方法能力目标

（1）具有较好的学习新知识和新技能的能力；

（2）具有制订工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；

（3）具有获取和使用信息的能力。

4.社会能力目标

（1）具有良好的职业道德；

（2）具有良好的沟通、交流以及处理人际关系的能力；

（3）诚信品质、敬业精神、责任意识和遵纪守法意识。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	**教学（或学生）成果**
1	认识供应链	①企业管理模式的演变及其发展 ②供应链与供应链管理概念 ③供应链管理与传统企业管理模式的比较 ④供应链管理的发展趋势	知识： ①掌握供应链管理的发展历程；了解发展现状；掌握供应链的含义与特点。 ②掌握供应链管理的概念 掌握供应链管理要解决的主要问题。 技能： ①学会查找和搜集资料、； ②对企业进行调研（围绕供应链管理的概念、作用、发展现状及改进方向等内容）； ③具备自主学习的能力。	①供应链管理基本知识电子教案； ②供应链管理时代背景视频信息；
2	构建供应链	①供应链的构建；几种常见的供应链结构模型； ②供应链体系设计 ③供应链策略（QR和 ECR） ④供应链合作伙伴	知识： ⑦ 掌握供应链的类型；掌握供应链体系设计的一般步骤 ②了解QR产生的背景和涵义，QR的实施步骤；掌握ECR的涵义和特征、ECR的应用原则； ③理解供应链合作关系的重要意义 技能： ①能够根据要求设计供应链； ②能够区分集成化供应链管理环境下合作伙伴的类型。	①供应链构建的电子教案 ②几种常见的供应链体系结构模型图 ③相关案例分析结果
3	供应链运作管理	①供应链管理环境下的采购管理； ②供应链管理环境下的生产管理； ③供应链管理环境下的库存管理； ④供应链管理环境下的业务流程管理 啤酒游戏	知识： ①了解供应链管理环境下的采购特点；生产计划特点；； ②掌握供应链管理环境下的库存问题；业务流程管理； 技能： ①利用 MRP 制定物料的采购计划；会利用先进的库存管理方法（VMI）进行库存控制； ②能够进行游戏总结；具备案例分析的能力。	①供应链运作管理的电子教案； ②游戏总结报告；案例分析结论

4	供应链管理绩效评价	①供应链绩效评价特点及原则； ②供应链绩效评价指标体系； ③建立绩效标杆； ④供应链企业激励机制。	知识： ⑩ 掌握供应链绩效评价特点及原则； ⑪ 了解供应链绩效评价指标体系； ⑫ 掌握供应链企业激励机制。 技能： ①会运用供应链绩效评价指标； ②会设计和编制供应链绩效报告；	①供应链管理绩效评价课件； ②供应链绩效报告一份
5	供应链管理职业能力综合训练	①收集某商品供应链的相关资料，分析其企业组成及运作状况，进一步分析其供应链管理方案的优势和缺陷，写出调研报告； ②在调研的基础上，针对其存在缺陷提出改进方案，撰写一份“某商品供应链管理改善方案上交； ③利用多媒体设备介绍各组方案		①某企业供应链调研报告； ②某商品供应链管理改善方案；

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
认识供应链	4					4
囚徒困境游戏				2		2
供应链管理策略	3		1			4
供应链构建	6			2		6
供应链合作伙伴	3		1			4
供应链运作管理	8					10
啤酒游戏				2		2
供应链绩效评价	3		1			4
供应链管理系统	2			2		4
中小企业供应链方案设计	2			2		4
合计	31		3	10		44

二、教学建议

1. 教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备系统的供应链管理的专业知识。

（4）有丰富的工商企业工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2. 教学组织设计的建议

教学组织设计建议见供应链管理学习情境 表1~表5。

供应链管理学习情境表1

学习领域	供应链管理		**总课时：**44
学习情境1	认识供应链		**课时：** 6
教学目标	通过学习情境1的学习，使学生具备以下能力： 1、学会查找和搜集资料； 2、对企业进行调研（围绕供应链管理的概念、作用、发展现状及改进方向等内容）； 3、能够设计企业调查表。		
学习任务	1、理解供应链及供应链管理的不同含义； 2、掌握供应链的特征及类型； 3、理解供应链管理与传统管理模式的区别； 7、了解供应链管理的发展趋势。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息； 3、通过课堂游戏、课外参与社会完成学习认识供应链知识内容的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学生对学习供应链管理的兴趣，及对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握国内外供应链现状的相关知识。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能读掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	0.5

供应链管理学习情境表 2

学习领域	供应链管理		**总课时：**44
学习情境 2	供应链的构建		**课时：**14
教学目标	通过学习情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1、具备供应链设计的基本技能； 2、能够区分供应链合作伙伴的类型。		
学习任务	1、掌握供应链的类型；掌握供应链体系设计的一般步骤 2、了解 QR 产生的背景和涵义，QR 的实施步骤；掌握 ECR 的涵义和特征、ECR 的应用原则； 3、理解供应链合作关系的重要意义。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得企业供应链设计的内容； 3、通过课外与社会、同学完成学习供应链合作伙伴选择的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入供应链构建的知识点	讲授法 启发式教育法	0.5 分钟
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能画出某商品供应链结构图；能进行供应链合作伙伴的选择。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	12
检　查	1、任务完成，学生能掌握构建某商品供应链的相关知识点；能掌握不同供应商的合作方式。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、某商品供应链结构成果展示。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

供应链管理学习情境表 3

学习领域	供应链管理		**总课时：**44
学习情境 3	供应链运作管理		**课时：**10
教学目标	通过学习情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1、利用 MRP 制定物料的采购计划； 2、会利用先进的库存管理方法（VMI）进行库存控制； 3、能够进行总结；具备业务流程优化的能力。		
学习任务	1、供应链管理环境下的采购管理； 2、供应链管理环境下的生产管理； 3、供应链管理环境下的库存管理； 4、供应链管理环境下的业务流程管理		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关相关内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入供应链运作管理的计划、组织与控制的知识点	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握供应链管理环境下的运营过程。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	8.5 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握供应链管理环境下的采购、生产、库存管理以及业务流程优化的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、游戏总结。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

供应链管理学习情境表 4

学习领域	供应链管理		**总课时：**44
学习情境 7	供应链绩效评价		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1、掌握供应链绩效评价特点及原则；会运用供应链绩效评价指标； 2、能够设计和编制供应链绩效报告。		
学习任务	1、供应链绩效评价特点及原则； 2、供应链绩效评价指标体系； 3、建立绩效标杆： 4、了解供应链管理系统。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关仓储经营管理的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入供应链管理系统	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生会操作供应链管理系统，能设计和编制供应链绩效评价报告。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握供应链评价指标体系的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

供应链管理学习情境表 5

学习领域	供应链管理		**总课时：**44
学习情境5	供应链管理职业能力综合训练		**课时：**8
教学目标	通过学习情境5的学习，使学生具备以下能力： 1、具有自主学习的能力； 2、通过实地调查，具备设计中小企业供应链方案的能力。		
学习任务	1、推动式供应链与拉动式供应链的比较和分析； 2、收集某商品供应链的相关资料，分析其企业组成及运作状况，进一步分析其供应链管理方案的优势和缺陷，写出调研报告； 3、在调研的基础上，针对其存在缺陷提出改进方案，撰写一份“某商品供应链管理改善方案上交； 4、利用多媒体设备介绍各组方案。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关中小企业供应链设计的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对供应链管理方案改善重要性的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生具备某商品供应链管理方案改善的能力。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	6.5课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握中小企业供应链设计的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、对中小企业进行调研，撰写调研报告。 **结果考核：**供应链改善方案展示	讨论教学法	

三、教学评价建议

对于供应链管理课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照供应链管理流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核供应链管理的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3. 实践操作 40%

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65%）、学习态度（20%）、总结表达（10%）、团队合作（10%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	5、 基本任务完成情况； 6、 小组协作情况； 7、 职业素养的能力； 8、 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以供应链管理流程为主线，将供应链管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《供应链管理实务》　宋文官主编　高等教育出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国物流与采购联合会 http://www.chinawuliu.com.cn

六、课程资源的利用与开发

利用课程网络资源，既激发学生课程学习的兴趣和动力，也有效地提高了学生各方面的能力，同时也为教师提供了一个教学资源共享和交流的平台。深受师生欢迎。

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：辛磊

审核：

制订日期： 2011.7

3.《国际货运代理理论与实务》课程教学标准

课程代码:

课程名称：国际货运代理理论与实务

英文名称：International freight agency theory and practice

课程类型:核心物流管理能力课程（专业必修课）

总 学 时： 112 讲课学时：80 实践学时：32

学 分： 6

适用对象：物流管理专业、国际贸易专业

先修课程：物流运作导论、运输实务

第一部分 前言

一、课程性质与地位

《国际货运代理实务》是国际物流专业的核心课程。它是研究与国际货运代理相关理论和实务的一门综合性应用学科。它涉及国际贸易、国际运输、国际商务、运输保险等诸多方面的理论和实务知识，并有针对性地介绍与货运代理业密切相关的海上和国际多式联运与大陆桥运输业务。

本课程是众多专业（包括国际贸易实务、国际商务、报关与货运代理专业）所开设的专业课程，同时也是商务及物流专业学生学好其他课程如进出口业务与报关、货运代理专业英语、外贸函电的重要基础和前提。国际货运代理亦为许多职业资格考试的重要内容，如国际货运代理从业资格证书、单证员证书等。由于我院国际货运代理突出实践环节，着重培养的动手能力和创新思维，为实现学生零距离上岗打造了坚实的基础。通过开设《国际货运代理》课程及国际货运代理从业资格证书的考前培训，提高学生的就业竞争力。我们在同行中率先提出了动态教学，网上订仓、报关、揽货教学。

二、课程基本理念

国际货运代理理论与实务课程采用的是以国际货代员岗位职业标准为依据，以职业能力为本位，以工作过程为主导，以校企合作为路径，融“课程、岗位、证书”为一体的工学结合课程建设模式。

本课程的设计体现开放性、职业性和实践性三个特点。首先，开放性体现在本课程的双元建设主体，是由校内专任教师和外贸企业外贸单证业务专家共同进行课程建设；其次，职业性体现在课程培养定位于国际货代员职业人和以国际货代员岗位职业标准为依据；最后，实践性体现在课程内容以国际货代员工作过程与任务和以国际货代员职业能力为本位。

三、课程设计思路

课程设计的总体思路：以货代工作流程为课程设计的“纲”，以流程中的工作节点安排各章内容，以完成各节点工作应掌握的技能作为教学最高目标，以如何更好的掌握这些技能作为知识和理论教学取舍的标准。

本课程的实践教学与理论教学是不能脱节的，是相辅相成的，实践教学的设计思想主要是：针对知识难点，强化技能训练，完成综合实训课题。学生通过自行完成业务操作流程模拟；根据相关贸易资料缮制单据；结合实践背景，分析讨论案例的解决方法与设计法律法规；利用校电子商务中心的货运代理业务资源，模拟进行货运代理业务，提高运用理论解决实际问题的能力。

第二部分 课程目标

一、总体目标

《国际货运代理理论与实务》课程引入项目教学方法,将《国际货运代理理论与实务》的主要内容根据货代一线操作实践将其分为若干个项目，每一项目设计明确的工作任务，该项目的教学工作围绕该工作任务展开，设计具体的任务内容，授课与实训围绕核心任务展开，授课的效果以学生完成工作任务的效果来评价，提高授课内容的操作性，增强授课内容的针对性。项目教学贯彻的指导思路上，该项目的工作任务需要学生掌握哪些知识，具备哪些能力，我们在教学设计中就围绕这一任务传授专业知识，训练学生的专业能力，即，教学仅仅围绕外贸岗位职业能力的需要展开，而不再向传统教学方法中以知识的理论体系来搭建授课的知识体系。

二、分类目标

1、专业能力目标

（1）能熟悉货代企业的含义、性质、业务范围、法律地位及责任；

（2）能熟知如何选择适当的承运人、运输方式；

（3）能熟知运输工具的类型、特点、载荷能力、适用性等；

（4）能熟练掌握与海关、商检、税务、外管、银行、保险等有关的业务知识和操作技能；

（5）能熟练掌握各类业务各个环节的实际操作流程；

（6）能及时解答客户咨询；及时、准确、有效地处理、满足客户的需求；

（7）能提供符合客户需求的资源整合方案；

（8）能熟悉各种业务单证，并能正确填写、处理、递交；

（9）能熟悉办理进、出口货物的交接；

（10）能熟练掌握理索赔程序，现场记录和证据保存；

（11）能具有现场处理事务的能力；

（12）能熟练地掌握和运用专业的外语，较好的语言表达和沟通能力。

2、社会能力目标

（1）培养学生的语言表达能力；

（2）培养学生分析问题、解决问题及创造性思维的能力；

（3）培养学生的团队合作精神；

（4）培养学生应有的职业道德和法律意识。

3、方法能力目标

(1)持续学习,不断更新国际货运代理专业知识,提高国际货运代理专业技能水平；

（2）能迅速领会新的新的国际货运代理法律法规精神，并制作培训课件；

（3）培养学生勤于思考、认真工作的良好作风；

（4）培养学生分析问题、解决实际问题的能力。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	教学（或学生）成果
1	**国际货运代理行业**	①国际货运代理的概念； ②国际货运代理的行业组织； ③国际货运代理的行业管理； ④国际货运代理的发展方向。	知识： ①掌握国际货运代理的概念、性质、业务范围、作用； ②掌握中国与国际货运代理行业组织的情况； ③掌握国际货运代理管理制度； ④掌握国际货运代理发展方向。 技能： ①学会判断国际货运代理组织的性质； ②学会判断货代公司的行为是否符合行业法规； ③具备自主学习的能力。	①国际货运代理行业知识的电子教案； ②国际货运代理行业知识的课件。 ③完成相关内容的练习题。
2	**国际货代法律地位与责任保险**	①国际货运代理法律地位概述； ②我国有关代理法律规定； ③我国国际货运代理法律地位的识别； ④国际货运代理责任保险制度。	知识： ①理解国际货运代理的法律地位； ②掌握我国有关代理法规的主要内容； ③掌握我国国际货运代理法律地位的识别方法； ④掌握国际货运代理责任保险制度。 技能： ①在实际业务中学会判断国际货运代理企业的法律地位； ②在实际业务中学会合理运用国际货运代理保险业务； ③具备自主学习的能力。	①国际货代法律地位与责任保险知识的电子教案； ②国际货代法律地位与责任保险知识的课件。 ③完成相关内容的作业。
3	**国际货代与国际贸易**	①国际贸易合同的内容； ②国际贸易合同的订立、履行； ③国际贸易术语。	知识： ①掌握国际贸易合同的内容； ②掌握国际贸易合同的订立、履行； ③明确国际贸易术语的有关规定。 技能： ①学会订立国际贸易合同； ②学会分析国际贸易术语相关案例。	①国际货代与国际贸易知识的电子教案； ②国际货代与国际贸易知识的课件； ③完成相关内容的课堂练习及作业。
4	**国际货代与信用证**	①国际贸易支付工具； ②国际贸易支付方式。	知识： ①了解国际贸易支付工具中的几类重要票据； ②掌握汇付与托收的知识； ③掌握信用证业务的知识。 技能： ①能制作相应的票据； ②具备信用证催证、审证、改证的业务能力； ③会处理业务中的信用证纠纷。	①撰写了国际货代与信用证内容的电子教案； ②制作了国际货代与信用证内容的课件。 ③完成相关内容的实训内容及作业。

5	**国际货代与揽货**	①揽货的概念； ②客户群的分析； ③揽货中应注意的事项； ④揽货人员必须具备的资质。	知识： ①掌握揽货的概念； ②客户群的分析； ③掌握揽货中应注意的事项； ④掌握揽货人员必须具备的资质。 技能： ①能做国际货运代理的市场营销； ②掌握接收客户委托后应做的工作。	①撰写了货代与揽货项目的电子教案； ②制作了货代与揽货项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
6	**国际货代与订舱**	①订舱的概念； ②订舱前必须做的工作； ③订舱单的内容； ④网上订舱。	知识： ①掌握订舱的概念； ②掌握订舱前必须做的工作； ③掌握订舱单的内容。 技能： ①能进行网上订舱； ②学会填制订舱单； ③学会拼箱货的订舱。	①撰写了货代与订舱项目的电子教案； ②制作了货代与订舱项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
7	**国际货代与装货**	①装货的几种方式； ②装货前的准备工作； ③装货程序及注意事项； ④跟踪集装箱装货的全过程。	知识： ①掌握装货的几种方式； ②掌握装货前的准备工作； ③掌握装货程序及注意事项； 技能： ①学会走完装货程序； ②学会跟踪集装箱装货全过程； ③会填制和运用集装箱设备交接单。	①撰写了货代与装货项目的电子教案； ②制作了货代与装货项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
8	**货代与报检**	①报关企业的基础知识； ②企业口岸通关的作业流程； ③海关管理的法律规范。	知识： ①掌握报检企业的基础知识； ②掌握企业口岸通关报检的作业流程； ③出入境检验检疫法规。 技能： ①会填制出入境报检单； ②会企业口岸通关报检的业务操作。	①撰写了货代与口岸通关报检项目的电子教案； ②制作了货代与口岸通关报检项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
9	**货代与报关**	①报关企业的基础知识； ②企业口岸通关的作业流程； ③海关管理的法律规范。	知识： ①掌握报关企业的基础知识； ②掌握企业口岸通关报关的作业流程； ③海关管理的法律规范。 技能： ①会填制出入境报关单； ②会企业口岸通关报关的业务操作。	①撰写了货代与口岸通关报关项目的电子教案； ②制作了货代与口岸通关报关项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
10	**国际货代与货**	①海运货物保险的承保范围；	知识： ①掌握海运货物保险的承保范围；	①国际货代与货运保险的电子教案；

	运保险	②我国海洋货物运输保险的险别； ③伦敦货协海运保险险别； ④其他货运方式下货运保险的险别。	②掌握我国海洋货物运输保险的险别的内容。 技能： ①学会分析和处理海运保险案例的理赔与索赔； ②学会保险费用的计算。	②国际货代与货运保险的课件 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
11	**国际货代与制单**	①海运提单的概念； ②海运提单的种类； ③海运提单上记载的内容； ④海运提单的使用。	知识： ①掌握海运提单的概念； ②掌握海运提单的种类； ③掌握海运提单的缮制、签发、更改、补发和背书。 技能： ①学会各类提单的填制； ②学会正确使用提单。	①撰写了国际货代与制单管理项目的电子教案； ②制作了国际货代与制单管理项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
12	**国际货代与收费**	①运价与运费的概念； ②运费的结构； ③附加运费的种类； ④集装箱班轮运费的计算。	知识： ①掌握运价与运费的概念； ②掌握运费的结构； ③掌握附加运费的种类。 技能： ①学会计算杂货班轮运费； ②学会计算集装箱班轮运费。	①撰写了国际货代与收费管理项目的电子教案； ②制作了国际货代与收费管理项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
13	**国际货代与放货**	①班轮公司提单的放货； ②无船承运人提单的放货； ③拼箱货物的放货； ④电放； ⑤无单放货。	知识： ①掌握班轮公司提单的放货； ②掌握电放； ③掌握无单放货。 技能： ①掌握不同提单下的放货方法； ②区分电放与无单放货。	①撰写了国际货代与放货管理项目的电子教案； ②制作了国际货代与放货管理项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。
14	**国际货代与外汇管理**	①出口收汇核销制度； ②进口付汇核销制度。	知识： ①了解出口收汇核销和进口付汇核销的概念； ②掌握核销单的制作； ③掌握出口收汇核销制度与进口付汇核销制度的业务流程。 技能： ①能填制核销单； ②能对货代操作中的核销业务进行处理。	①撰写了国际货代与外汇管理项目的电子教案； ②制作了国际货代与外汇管理项目的课件。 ③完成相关内容的课堂练习及作业。

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他(含机动课时)	合计
国际货运代理行业	4			2		6
国际货代法律地位与责任保险	6			2		8
国际货代与国际贸易	12			4		16
国际货代与信用证	8			2		10
国际货代与揽货	2			2		4
国际货代与订舱	2			2	2	6
国际货代与装货	4			2		6
国际货代与报检	6			2		8
国际货代与报关	10			2		12
国际货代与货运保险	8			4		12
国际货代与制单	6			2		8
国际货代与放货	4					4
国际货代与收费	4			2	2	8
国际货代与外汇管理	4					4
合计	80			28	4	112

二、教学建议

1、软硬件条件

教学过程是教师与学生互动的过程，需要教师与学生良好的配合才能达到目标。教师是引导者，学生要积极参与和响应，是学习活动的主体。具体建议如下：

1）教师要作为学习活动的指导者，以学生为中心，优化学习方式，设计教学做一体化的学习环境，坚持“做中学，学中做”的教学模式。

2）在每个学习单元的学习过程中，都要留出一定的时间，与学生进行讨论，鼓励学生提出自己感兴趣的问题，并选择其中最有探究价值的问题作为小组或全班共同研究的课题，然后引导寻求答案和研究讨论，从而提高他们的学习兴趣。

3）教师应根据不同教学内容注意采用多样化的教学方式，如演示、讲授、辩论、模拟、专题讨论、项目设计、个案研究、小组合作等；

4）加强培养学生自主学习和实际动手能力，教学过程中，应立足于加强学生实际动手能力的培养，采用校企合作、工学结合、项目教学等模式，以任务驱动、项目等提高学生学习兴趣。在每个情境教学中，尽可能采用多媒体教学，实训软件，实物教学、企业现场教学等；

5）教师在重视知识教学的同时，要重视学生素养和能力目标的实现，首先在设计教学过程时就要有预见，在示范、讲解时就可以进行引导，另外通过各个学生具体的操作事件，做事的细节或不同的方式，发现学生理念的不同，给予引导，鼓励，启发，纠正等。

2、师资条件：

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有货代企业工作经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念;具备宽广厚实的普通文化知识、学科内容知识、教育教学知识以及实践知识；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系,身心素质合格。

3、教学组织设计的建议

教学组织设计建议见国际货运代理理论与实务学习情境表 1-表 14。

国际货代学习情境表 1

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货运代理行业		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 1 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会判断国际货运代理组织的性质； 2、学会判断货代公司的行为是否符合行业法规； 3、具备自主学习的能力。		
学习任务	1、国际货运代理的概念、性质、业务范围、作用的学习； 2、中国与国际货运代理行业组织的情况的学习； 3、国际货运代理管理制度的学习； 4、国际货运代理发展方向的学习。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关知识考证的内容； 3、通过课外与社会、同学完成学习国际货运代理行业知识内容的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《中国国际货物运输代理业管理规定》《中国国际货物运输代理业管理规定实施细则》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师提出相应的问题，导入学生对代理法律常识的认识，及对后期考证点整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关考证的主要项目。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5 课时
检　查	1、任务完成，学生能读掌握国际货运代理行业的知识。 2、　老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.4 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、国际货运代理行业性质的分析解答考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与测课堂练习。	讨论教学法	0.1 课时

国际货代学习情境表 2

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代法律地位与责任保险		**课时：**8
教学目标	通过学习情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1、在实际业务中学会判断国际货运代理企业的法律地位； 2、在实际业务中学会合理运用国际货运代理保险业务； 3、具备自主学习的能力。		
学习任务	对国际货代法律地位与责任保险项目的主要学习任务是： 1、理解国际货运代理的法律地位； 2、掌握我国有关代理法规的主要内容； 3、掌握我国国际货运代理法律地位的识别方法； 4、掌握国际货运代理责任保险制度。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关国际货代法律地位与责任保险的内容； 3、通过课外与同学相互交流学习，完成该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《中国国际货物运输代理业管理规定》《中国国际货物运输代理业管理规定实施细则》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	常言道：“没有规矩不成方圆。”你了解货代业务的游戏规则吗？在对未来货代工作充满憧憬的同时，也在考虑自己如何能在未来的货代工作岗位上得心应手，大展鸿图。本学习情境 2 将告诉你：货代工作应掌握和了解货代的行为准则，了解其权、义、责及风险防范方法。	讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握国际货代法律地位与责任保险该项目的知识点。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	6 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握国际货代法律地位与责任保险该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、国际货代法律地位与责任保险案例分析的解答考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	0.5 课时

国际货代学习情境表 3

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与国际贸易		**课时：**16
教学目标	通过学习情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会订立国际贸易合同； 2、学会分析国际贸易术语相关案例。		
学习任务	对国际贸易合同与贸易术语项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握国际贸易合同的内容； 2、掌握国际贸易合同的订立、履行； 3、明确国际贸易术语的有关规定。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得国际贸易合同与贸易术语的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《联合国国际货物销售合同公约》、《INCOTERM 通则》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对贸易合同的初步认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	1 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握货币资金该项目的知识点。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	12 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握国际贸易实务该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	3 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、国际贸易合同与贸易术语的案例分析解答考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 4

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际贸易与信用证		**课时：**10
教学目标	通过学习情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1、能制作相应的票据； 2、具备信用证催证、审证、改证的业务能力； 3、会处理业务中的信用证纠纷。		
学习任务	对信用证业务项目的学习，主要学习任务是： 1、了解国际贸易支付工具中的几类重要票据； 2、掌握汇付与托收的知识； 3、掌握信用证业务的知识。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信用证业务的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《跟单信用证统一惯例》、《托收统一规则》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对信用证业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能掌握基本票据的制作，熟悉信用证的业务流程，会审核单据。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	8 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握信用证业务该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、基本操作技能：保险费的计算、保单的填制等 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 5

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	货代业务与揽货		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 5 的学习，使学生具备以下能力： 1、掌握揽货的概念； 2、客户群的分析； 3、掌握揽货中应注意的事项； 4、掌握揽货人员必须具备的资质。		
学习任务	对揽货业务项目的学习，主要学习任务是： 1、能做国际货运代理的市场营销； 2、掌握接收客户委托后应做的工作。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关揽货业务的知识； 3、通过课外与社会实践、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	揽货人员的货运专业知识		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对揽货业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能掌握揽货业务中应注意的事项，熟悉揽货的业务流程，会审核合同、单据。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握揽货业务该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、基本操作技能：能做国际货运代理的市场营销；掌握接收客户委托后应做的工作。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 6

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与订舱		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 6 的学习，使学生具备以下能力： 1、掌握订舱的概念； 2、掌握订舱前必须做的工作； 3、掌握订舱单的内容。		
学习任务	对口岸通关项目的学习，主要学习任务是： 1、能进行网上订舱； 2、学会填制订舱单； 3、学会拼箱货的订舱。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关订舱业务的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《中国国际货物运输代理业管理规定》《中国国际货物运输代理业管理规定实施细则》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对报检报关业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能熟练掌握能网上订舱方法；能填制与处理订舱单单据业务。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握国际货代与订舱业务该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 7

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与装货		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 7 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会走完装货程序； 2、学会跟踪集装箱装货全过程； 3、会填制和运用集装箱设备交接单。		
学习任务	对装货项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握装货的几种方式； 2、掌握装货前的准备工作； 3、掌握装货程序及注意事项；		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关装货业务的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《中国国际货物运输代理业管理规定》《中国国际货物运输代理业管理规定实施细则》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对装货业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能进行跟踪集装箱装货全过程、会填制和运用集装箱设备交接单。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握装货业务该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 8

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与报检		**课时：**8
教学目标	通过学习情境 8 的学习，使学生具备以下能力： 1、会填制出入境报检单； 2、会企业口岸通关报检的业务操作。		
学习任务	对口岸通关项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握报检企业的基础知识； 2、掌握企业口岸通关报检的作业流程； 3、出入境检验检疫法规。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关仓储管理业务的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《中华人民共和国进出口商品检验法》《中华人民共和国食品安全法》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对报检业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能熟练操作报检业务流程，能制作相应报检单据。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	6 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握报检业务的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、基本操作技能：报检作业基本流程、单据的制作等。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 9

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与报关		**课时：**12
教学目标	通过学习情境 9 的学习，使学生具备以下能力： 1、会填制出入境报关单； 2、会企业口岸通关报关的业务操作。		
学习任务	对口岸通关项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握报关企业的基础知识； 2、掌握企业口岸通关报关的作业流程； 3、海关管理的法律规范。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关报关业务的内容； 3、通过课外与社会实践、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《海关法》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对报关业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能熟练操作报关业务流程，能制作相应报关单据。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	10 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握报关业务的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 10

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与货运保险		**课时：**12
教学目标	通过学习情境 10 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会分析和处理海运保险案例的理赔与索赔； 2、学会保险费用的计算。		
学习任务	对国际货运保险项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握海运货物保险的承保范围； 2、掌握我国海洋货物运输保险的险别的内容。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关国际货运保险的内容及业务核算； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《中华人民共和国海商法》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对国际货运保险业务的初步认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能计算保险费，并能填制相关的保险单据。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	8 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握国际贸易与货运保险业务该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	3.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 11

学习领域	国际货运代理理论与实务	**总课时：**112
学习情境	国际货代与制单	**课时：**8
教学目标	通过学习情境 11 的学习，使学生具备以下能力： 1、能填制国际铁路运输单据； 2、能处理国际货代铁路运输操作业务； 3、能计算国际铁路运费。	
学习任务	对国际铁路货运业务项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握国际铁路运输的概念及特点； 2、掌握国际铁路运输单据的填制； 3、熟悉国际货代铁路运输操作流程； 4、掌握国际铁路运费的计算。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得国际铁路货运业务的内容及核算； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板	
其他信息	《国际货协》、《国际货约》	

教学阶段	工 作 过 程	教学方法建议	学时
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对国际铁路货运业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能掌握国际铁路货运货代的操作流程、能熟练计算铁路运费。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握国际铁路货运业务的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 12

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与放货		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 12 的学习，使学生具备以下能力： 1、能填制国际公路运输单据； 2、能处理国际货代公路运输操作业务； 3、能计算国际公路运费。		
学习任务	对国际公路货运业务项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握国际公路运输的概念及特点； 2、掌握国际公路运输单据的填制； 3、熟悉国际货代公路运输操作流程； 4、掌握国际公路运费的计算。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关国际公路货运业务的内容及核算； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《国际公路货物运输合同公约》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对国际公路货运业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能掌握国际公路货运货代的操作流程、能熟练计算公路运费。。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握国际公路货运业务的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与测试。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 13

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与收费		**课时：**8
教学目标	通过学习情境 13 的学习，使学生具备以下能力： 1、能填制国际多式联运单据； 2、能处理国际货代多式联运操作业务； 3、能计算国际多式联运运费。		
学习任务	对国际多式联运业务项目的学习，主要学习任务是： 1、掌握国际多式联运的概念及特点； 2、掌握国际多式联运单据的填制； 3、熟悉国际多式联运操作流程； 4、掌握国际多式联运运费的计算。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关国际多式联运业务的内容及核算； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《联合国多式联运公约》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对国际多式联运业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能掌握国际多式联运货代的操作流程、能熟练计算多式联运运费。。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2.5 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握国际多式联运业务的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

国际货代学习情境表 14

学习领域	国际货运代理理论与实务		**总课时：**112
学习情境	国际货代与外汇管理		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 14 的学习，使学生具备以下能力： 1、能填制核销单； 2、能对货代操作中的核销业务进行处理。		
学习任务	对外汇管理项目的学习，主要学习任务是： 1、了解出口收汇核销和进口付汇核销的概念； 2、掌握核销单的制作； 3、掌握出口收汇核销制度与进口付汇核销制度的业务流程。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关外汇管理的内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、多媒体、粉笔、黑板		
其他信息	《中国国际货物运输代理业管理规定》《中国国际货物运输代理业管理规定实施细则》		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对外汇管理业务的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0．1 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生能进行出口收汇核销、进口付汇核销的操作，能填制相应的核销单。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3.8 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握外汇管理业务该项目的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.1 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**作业批改与课堂练习。	讨论教学法	

三、教学评价建议

对于国际货运代理理论与实务课程每一学习情境的教学评价建议如下：

国际货运代理理论与实务课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末闭卷和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋案例分析题+运费计算题+业务操作题

3.实践操作 40％

四大项目：各类单据的填制、国际货运代理业务操作流程、运费的计算、货代业务及纠纷的处理，实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65％）、

学习态度（20%）、实训报告撰写（15%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	各类单据的填制 国际货运代理业务操作流程 运费的计算 货代业务及纠纷的处理	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 案例分析题	闭卷考试	50%

课程项目考核标准

序号	项目	主要考核的知识技能点		考核方式	分值
1	国际货运代理行业		1、掌握国际货运代理的概念、性质、业务范围、作用； 2、掌握中国与国际货运代理行业组织的情况； 3、掌握国际货运代理管理制度； 4、掌握国际货运代理发展方向。	闭卷考试	13
2	国际货代法律地位与责任保险		1、理解国际货运代理的法律地位； 2、掌握我国有关代理法规的主要内容； 3、掌握我国国际货运代理法律地位的识别方法； 4、掌握国际货运代理责任保险制度。	闭卷考试	15
3	国际货代与国际贸易	理论知识	1、掌握国际贸易合同的内容； 2、掌握国际贸易合同的订立、履行； 3、明确国际贸易术语的有关规定。	闭卷考试	15
		实践操作	1、学会订立国际贸易合同； 2、学会分析国际贸易术语相关案例。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	20
4	国际货代与货运保险	理论知识	1、掌握海运货物保险的承保范围； 2、掌握我国海洋货物运输保险的险别的内容。	闭卷考试	0
		实践操作	1、学会分析和处理海运保险案例的理赔与索赔； 2、学会保险费用的计算。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	0

5	货代业务与信用证	理论知识	1、了解国际贸易支付工具中的几类重要票据； 2、掌握汇付与托收的知识； 3、掌握信用证业务的知识。	闭卷考试	8
		实践操作	1、能制作相应的票据； 2、具备信用证催证、审证、改正的业务能力； 3、会处理业务中的信用证纠纷。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	10
6	国际货代与口岸通关	理论知识	1、掌握报关企业的基础知识； 2、掌握企业口岸通关的作业流程； 3、海关管理的法律规范。	闭卷考试	7
		实践操作	1、会填制出入境报关单； 2、会企业口岸通关的业务操作。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	10
7	国际货代与外汇管理	理论知识	1、了解出口收汇核销和进口付汇核销的概念； 2、掌握核销单的制作； 3、掌握出口收汇核销制度与进口付汇核销制度的业务流程。	闭卷考试	7
		实践操作	1、能填制核销单； 2、能对货代操作中的核销业务进行处理。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	10
8	国际货代与仓储业务	理论知识	1、熟悉仓储的概念、功能与作用； 2、了解仓储管理制度	闭卷考试	0
		实践操作	1、会填制仓储业务中的相关单据； 2、会处理入库和出库的业务操作。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	0
9	第三方物流	理论知识	1、熟悉第三方物流的概念； 2、掌握第三方物流的战略的制定； 3、掌握第三方物流的服务内容。	闭卷考试	0

		实践操作	1、第三方物流业务的运作	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	0
10	国际货代企业运作导论	理论知识	1、掌握货运市场需求分析方法； 2、掌握货运产品分析方法； 3、掌握货运促销策略。	闭卷考试	8
		实践操作	1、掌握货运市场需求分析方法； 2、掌握货运产品分析方法； 3、掌握货运促销策略。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	10
11	国际铁路货运业务	理论知识	1、掌握国际铁路运输的概念及特点； 2、掌握国际铁路运输单据的填制； 3、熟悉国际货代铁路运输操作流程； 4、掌握国际铁路运费的计算。	闭卷考试	10
		实践操作	1、能填制国际铁路运输单据； 2、能处理国际货代铁路运输操作业务； 3、能计算国际铁路运费。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	10
12	国际公路货运业务	理论知识	1、掌握国际公路运输的概念及特点； 2、掌握国际公路运输单据的填制； 3、熟悉国际货代公路运输操作流程； 4、掌握国际公路运费的计算。	闭卷考试	5

		实践操作	1、能填制国际公路运输单据； 2、能处理国际货代公路运输操作业务； 3、能计算国际公路运费。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	10
13	国际多式联运业务	理论知识	1、掌握国际多式联运的概念及特点； 2、掌握国际多式联运单据的填制； 3、熟悉国际货代多式联运操作流程； 4、掌握国际多式联运运费的计算。	闭卷考试	12
		实践操作	1、能填制国际多式联运单据； 2、能处理国际货代多式联运操作业务； 3、能计算国际多式联运运费。	依据国际货代课程评价表内容，采取学生自评、互评及老师评价方式	20

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以企业典型工作任务为主线，将国际货运代理各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、使用教材

《国际货物运输代理概论》 2010 年国际货运代理员考证教材 中国商务出版社 2010 年；

《国际陆路与国际多式联运》 2010 年国际货运代理员考证教材 中国商务出版社 2010 年；

3、推荐教学参考书

《新编国际货运代理理论与实务》 王森勋 北京大学出版社 2010 年；

《国际货运代理理论与实务》 谢海燕 中国商务出版社 2009 年

4、推荐教学参考网站

国际货运代理综合服务网：http://www.ciffic.org

中国国际货运代理协会：http://www.cifa.org.cn/

福建省国际货运代理协会： http://www.fiet.gov.cn/huodai

深圳货运信息网：http://www.csanda.cn

锦程物流网：http://www.jctrans.com

货代考试中心网站 http://ftp.coscoqmc.com.cn/hdks/

中国考试网 http://www.ksw123.com

考试大全网 http://www.ksdqw.cn

六、课程资源的利用与开发

课程资源为教师和学生提供综合的学习、研究对象和学校渠道。这些资源主要有：

1.学校的课程资源

由于该门课程具有对几乎所有专业课程的综合概括性，也可以说是几乎相关专业课程都有涉及，所以其他课程的教学资源都可以用于该门课程。包括专门专题的教材、图书论著、专项实训、软件模拟、音像制品、多媒体课件等，还包括国家级、省级、校级的精品课程资源等。

2.社会行业相关的资源

通过现场参观或见习码头企业、储运公司、航运企业、货代企业、外轮理货企业等，获得对实体的认识，还把抽象的理论与实务进行具体的联系与应用；还可以通过网络登录相关典型公司了解其结构组织、运作、标准等，登录国家的行业管理机构网站（如交通部、各省交通厅、港务局、海事局、海关等等）和相关协会网站、专题或行业论坛，关注各种媒体（电视、广播、网络、报刊、杂志等）的关于行业事件的报道、相关分析评论等，来全面、贴实、客观地认识和学习。此外，聘请有关专家、企业一线工作人员来校开讲座、演讲也是有效利用社会行业相关资源的好方式。

我们应继续完善更新试题库、案例集、习题库等辅助教学资料。及时跟踪货运代理企业经营管理的前沿问题。注重各种教学辅助资料、案例库的更新建设与收集，及时向学生提供与推荐扩充性学习材料（包括相关学术论文、理论前沿跟踪、货运代理企业经营管理实例、各类的相关参考书籍等）并指导学生阅读学习，从而拓宽学生的知识面，有利于学生对本课程理论知识的理解和运用，为学生的自主学习创造良好条件。

课程标准制订人：彭庆

审核：

制订日期： 2011.6.

4.《物流市场营销》课程标准

课程代码:

课程名称：物流市场营销

英文名称：

课程类型：物流市场营销课程（专业必修课）

总 学 时：48　　讲课学时： 28　　讨论学时：2　　实践学时： 18

学　　分：3

适用对象：物流管理专业

先修课程：物流导论、运输管理实务、仓储管理实务、物流市场调查与开发、供应与采购实务、企业物流管理

第一部分 前言

一、课程的性质和作用

《物流市场营销》是基于工作过程开发的课程，是物流管理专业必修的核心课程之一。它是一门理论联系实际、应用性很强的课程，以物流市场营销综合技能培养为主线，直接为培养物流管理专业学生的市场营销综合能力服务。

通过本课程的学习和训练：（1）提高了物流专业学生职业能力。在学习本课程后，学生会充分认识和掌握市场营销的相关理论和方法，并结合物流企业加以应用，从而为以后职业岗位工作的胜任奠定了基础。（2）培养了学生竞争意识与职业道德。在本课程的教学中，通过工学结合、项目导向的教学模式的应用，将学生就业中必须具备的自我展示、自信、快速反应意识、团队合作、相互沟通等职业素养贯穿于课程的整个教学过程中，从而对学生的职业素养的培养起到很好的促进作用。（3）增强了学生的就业竞争力。学生除了可应聘物流企业或其他企业物流岗位外，也可以胜任物流企业市场营销类岗位。

二、课程基本理念

1.基于物流营销工作过程开发课程

按照“工学结合”的思想，加强校企合作，吸收企业专家的建议，结合物流营销工作过程进行学习项目的设计，实现课程教学内容的“模块化、实战化、任务化”。

2.基于行动导向组织课程教学，着重突出实践性

通过行动导向的教学模式，强调学生学习的主体性，教、学互应，学、做结合，着重培养学生的专业能力、方法能力和社会能力，即综合职业能力，能从容应用于未来的职业中。

3.以学生发展为中心，重视学生的主体地位

无论是教学内容的选择还是教学方法的更新，都应十分关注学生的学习兴趣，教学设计过程中始终把学生主动、全面的发展放在中心位置。在教学活动中，注意发挥教师主导作用的同时，特别强调学生学习主体地位的体现，充分发挥学生的学习积极性和潜能。

4.多元化评价方式，促进学生不断发展

在评价结构上，加强过程性评价，对学生阶段性学习成果及时进行评价，促进学生的自主学习和发展；在评价方式上，强调学生自我评价、相互评价和教师评价并重，提高学生学习的兴趣，同时培养学生合作、诚信等良好品质。

三、课程设计思路

1、依据企业岗位特点划分学习领域

我院物流管理专业，通过与企业的密切合作，实现以共育高技能人才、共建专业、共同开发课程、共建共享实训基地、共享校企人才资源、共同开展应用研究与技术开发等“六共”为主要内容的校企深度融合。

在《物流市场营销》课程设计的全过程中，依据物流企业及相关企业岗位工作特点，结合本校物流管理专业学生的特点，确定课程的项目，每个项目的典型工作任务和职业能力，明确本课程的教学目标（理论知识、能力和职业素养），从而确定教学内容的选择和排序、教学模式、教学方法和考核标准，以使得课程设计能够更加贴近企业岗位需求。

2、依据学生的职业能力需要进行培养

课程设计中不仅要充分考虑“教书”，不断改进教学方法，采用先进的教学手段，调动学生主动参与教学活动，做到爱学、会学、会用，完成对学生的知识传授和能力培养。还要充分考虑“育人”，根据高职学生的身心发展特点，注重学生在教学过程中的道德生活和人格培养。

树立起现代营销理念、团队合作的思想观念和全球竞争意识，增强创新能力，将学生的可持续发展能力培养需求贯穿于职业能力培养之中。从而使学生走上工作岗位后，具有现代营销理念和现代战略思维能力，利用在校期间习得的知识和能力，为提高企业经营绩效做出贡献。

3、依据学生就业的需求特点进行设计

以市场为导向，将为就业服务的理念融入课程改革和课程建设中，通过当期物流行业招聘职位的要求，增加和更新相关知识和技能，开展课程设计，鼓励学生积极参与社会实践活动，进行实战演习，力求实现课程教学与就业需求紧密衔接。

4、依据课程发展性要求建立评价体系

力求突破注重终结性评价而忽视过程性评价，强化评价的激励、发展功能，把学生的合作、职业道德、学习态度与表现等纳入学习成绩的评定范围，让学生参与评价过程，体现学生的主体地位，提高其兴趣。

第二部分 课程目标

一、总体目标

本课程在教学过程中，培养学生的综合物流管理素质。学生通过学习，建立起积极向上的人生态度，良好的职业道德和心理素质，增强学生的责任心和团队合作意识，牢固树立起现代营销观念。使

学生掌握物流市场营销基本概念，具备信息搜集能力，能够进行市场分析，并能把市场调研和预测方法与物流行业结合使用，掌握营销各环节的基本操作方法。

二、分类目标

1．学生知识结构目标

（1）掌握物流营销的相关理念；

（2）熟悉物流营销分析的内容与分析工具；

（3）熟悉物流营销策略；

（4）熟悉物流营销战略；

（5）熟悉制定物流营销计划的相关内容。

2．学生专业能力目标

（1）掌握物流市场营销的基本分析思路和分析方法；

（2）具备市场调查和分析能力；

（3）具备企业竞争和 STP 战略的战略思维能力；

（4）具备物流企业市场营销策划能力；

（5）具备物流招投标、物流营销作业计划设计能力等。

3.方法能力目标

（1）具有较好的学习新知识和新技能的能力；

（2）具有制订工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；

（3）具有获取和使用信息的能力。

（4）具有一定的创新能力。

4.社会能力目标

（1）具有良好的职业道德；

（2）培养学生的自我认识能力、交流、表达能力；

（3）培养学生的自信、团队精神及协作沟通能力；

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	教学（或学生）成果
1	认识物流市场营销	① 市场营销学概述； ② 物流、物流企业与市场营销； ③ 物流市场营销概述。	知识： ① 了解市场营销学的发展，理解市场营销学的基本概念和营销观念的演变过程； ② 了解物流、物流企业和市场营销关系，理解物流服务方式与内容，掌握物流市场营销内涵和市场营销规划与管理过程。	① 物流市场营销基本知识电子教案。

			技能： ① 学会推销自己； ② 能初步分析企业的物流营销活动（围绕物流市场营销的概念、服务方式和内容和指导思想等内容）；	
2	物流市场分析	① 宏观与微观环境分析； ② 顾客分析； ③ 竞争者分析； ④ 物流市场营销信息管理。	知识： ① 了解市场营销环境的含义和特点，掌握宏观和微观环境分析和对策； ② 理解顾客满意、顾客忠诚和顾客让渡价值，掌握顾客分析和竞争者分析； ③ 物流市场 SWOT 分析； ④ 了解物流市场营销信息系统的含义；理解物流市场营销信息系统的内容、步骤；掌握物流市场营销调研和预测的方法。 技能： ① 利用 PESTLE 模型对宏观环境分析； ② 能够用波特五力分析模型对竞争者进行分析； ③ 能应用 SWOT 分析法； ④ 能够进行市场营销调研和预测。	① 物流市场分析电子教案； ② 学生对某地区物流行业或企业五力分析 PPT。
3	STP 战略	① 物流市场细分； ② 目标市场选择； ③ 物流市场定位。	知识： ⑬ 了解市场细分的概念，熟悉物流市场细分标准和方法； ⑭ 了解目标市场的概念，掌握物流企业目标市场的选择和策略； ⑮ 了解市场定位的概念，掌握市场定位方法。 技能： ① 能够对物流企业进行市场细分，进行目标市场选择并对其进行有效定位； ② 能够对企业实际问题进行分析并解决。	① STP 战略的电子教案； ② 案例分析结果； ③ 课堂游戏。
4	营销策略制定	① 物流市场竞争战略； ② 物流业务构成和发展战略； ③ 企业形象战略； ④ 物流企业产品和定价策略； ⑤ 物流企业分销与促销策略； ⑥ 物流服务人员参与、有形展示盒过程设计策略。	知识： ① 理解物流市场营销战略的含义，掌握成本领先战略，差异化战略和集中战略； ② 理解业务构成战略含义，掌握业务单位评估方法，掌握业务发展战略； ③ 了解企业形象概念和构成，熟悉企业形象战略； ④ 了解物流企业产品整体概念及特性，了解品牌、产品生命周期和新产品，熟悉物流产品组合策略、品牌策略及新产品开发流程，掌握产品生命周期各阶段的策略； ⑤ 了解物流产品定价的影响因素，熟悉一般定价程序，掌握各种定价方法和技巧；；	① 营销策略制定的电子教案； ② 相关案例分析结果；

			⑥ 了解物流企业分销渠道的概念及类型；熟悉选择分销渠道的影响因素、分销渠道设计决策以及渠道管理，掌握分销渠道策略； ⑦ 了解促销的概念和目标，理解物流企业产品促销组合，掌握物流企业几种促销策略的特点及作用； ⑧ 熟悉内部营销的内容构成、有形展示的类型；掌握人员参与、有形展示及过程设计策略的内涵。	
			技能： ① 相关物流市场营销战略案例分析能力； ② 制定企业的竞争战略； ③ 能运用波士顿矩阵、GE 矩阵对业务单位进行分析。 ④ 能正确运用 7Ps 策略； ⑤ 制定产品、价格、、渠道、促销、人员参与、有形展示和过程设计策略的营销策划能力。	
5	物流产品销售	① 物流项目招投标 ② 物流企业营销计划与组织 ③ 物流企业营销策划书 ④ 物流客户关系管理	知识： ① 了解招投标含义和原则，熟悉物流项目招投标程序和策略，掌握物流项目设计与操作； ② 掌握物流企业营销计划书的撰写和组织设计。 ③ 掌握物流企业营销策划书的撰写。 ④ 了解顾客关系管理内涵和基本内容，掌握物流服务顾客关系管理战略；	①物流产品销售的电子教案； ②物流企业营销计划书和营销策划书案例；
			技能： ① 能够设计物流项目招（投）标书； ② 能够撰写物流企业营销计划书，设计企业组织结构； ③ 能够撰写物流企业的营销策划书。	

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
认识物流市场营销	3		1			4
物流市场分析	4			2		6
物流市场营销信息管理	1			1		2

STP 战略	4			2		6
物流市场营销战略	4			1		5
7Ps 营销策略	8		1	6		15
物流项目招投标、设计与操作	2			2		4
物流企业营销计划、组织与控制、客户关系管理	2			2		4
物流市场营销策划				2		2
合计	28		2	18		48

二、教学建议

1.教师的基本要求

（1）具有全面、系统的市场营销和物流管理专业知识。

（2）具有先进的职业教育理念，能够运用现代职业教育教学方法进行教学。

（3）具有良好的情感品质和职业道德素质，精心施教、以身作则、为人师表。

（4）具有较好的教学能力和教学科研能力。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

教学组织设计建议见物流市场营销学习情境 表 1~表 5。

物流市场营销学习情境表 1

学习领域	物流市场营销	**总课时：**48
学习情境 1	认识物流市场营销	**课时：**4
教学目标	通过学习情境 1 的学习，使学生具备以下能力： 1、学会推销自己； 2、了解一家物流企业（围绕物流市场营销的概念、服务方式和内容和指导思想等内容）； 3、能应用 SWOT 分析法。	
学习任务	1、市场营销的产生和发展、基本概念以及营销观念； 2、物流、物流企业与市场营销关系； 3、物流市场营销概念、特征、作用； 4、物流市场营销规划和管理过程。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息； 3、通过课外参与社会完成学习物流企业营销知识的任务。	

教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘、黑板、粉笔		
其他信息	无		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关物流企业招聘简章、案例，导入学生对学习物流市场营销的兴趣，以及教师对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解与学生参与相结合。教师对核心知识点进行讲解，并提出针对性的案例，由学生讨论完成，教师从旁协助，最后教师对所学知识点进行总结。该任务完成后，学生能掌握物流市场营销基本知识。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体教学法 案例教学法	2.5
检　查	1、任务完成，学生能读掌握相应的主要任务知识与技能。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、案例分析。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

物流市场营销学习情境表 2

学习领域	物流市场营销	**总课时：**48
学习情境 2	物流市场分析	**课时：**8
教学目标	通过学习情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够对物流企业宏观环境和微观环境进行分析； 2、对物流企业顾客进行分析； 2、能够用波特五力分析模型对竞争者进行分析。 3、能够进行物流市场营销调研和预测	
学习任务	1、物流企业一般环境分析； 2、物流企业顾客分析。 3、物流企业竞争者分析。 4、物流市场营销信息管理。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得物流企业环境的内容； 3、通过课外与社会、同学完成学习用波特五力分析模型对竞争者分析的任务。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘、黑板、粉笔	
其他信息	无	

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入市场分析的重要性。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解与学生参与相结合。教师对核心知识点进行讲解，并提出针对性的案例，由学生讨论完成，教师从旁协助，最后教师对所学知识点进行总结。该任务完成后，学生能掌握市场分析内容和技能，营销调研与预测的知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体教学法 案例教学法	5
检　查	1、任务完成，学生能掌握物流市场分析的相关知识点；能掌握物流市场调研与预测方法。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	2.5
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、某地区物流行业或企业竞争情况分析成果展示。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

物流市场营销学习情境表 3

学习领域	物流市场营销	**总课时：**48

学习情境 3	STP 战略	**课时：6**
教学目标	通过学习情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够对物流企业进行市场细分； 2、能进行目标市场选择； 3、对物流企业、产品服务进行有效定位。	
学习任务	1、物流市场细分； 2、物流目标市场选择； 3、物流市场定位。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关相关内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘、黑板、粉笔	
其他信息	无	

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入物流目标市场营销相关知识点。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解与学生参与相结合。教师对核心知识点进行讲解，并提出针对性的案例，由学生讨论完成，教师从旁协助，最后教师对所学知识点进行总结。该任务完成后，学生能掌握 STP 战略。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体教学法 案例教学法	4.5
检　查	1、任务完成，学生能掌握目标市场营销战略的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、案例分析。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

物流市场营销学习情境表 4

学习领域	物流市场营销	**总课时：**48
学习情境 7	营销策略制定	**课时：**20

教学目标	通过学习情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1、相关物流市场营销战略案例分析能力； 2、制定企业的竞争战略； 3、能运用波士顿矩阵、GE 矩阵对业务单位进行分析； 4、能正确运用 7Ps 策略； 5、制定产品、价格、、渠道、促销、人员参与、有形展示和过程设计策略的营销策划能力。		
学习任务	1、物流市场竞争战略； 2、物流业务构成和发展战略； 3、企业形象战略； 4、物流企业产品和定价策略； 5、物流企业分销与促销策略； 6、物流服务人员参与、有形展示和过程设计策略。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关物流营销策略的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘、黑板、粉笔		
其他信息	无		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入物流战略和市场营销组合策略。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解与学生参与相结合。教师对核心知识点进行讲解，并提出针对性的案例，由学生讨论完成，教师从旁协助，最后教师对所学知识点进行总结。该任务完成后，学生能掌握物流营销组合策略相关知识点。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体教学法 案例教学法	18
检　查	1、任务完成，学生能掌握物流市场营销策略的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的情况。	讨论教学法	1.5
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**测试。	讨论教学法	

物流市场营销学习情境表 5

学习领域	物流市场营销	**总课时：**48
学习情境 6	物流产品销售	**课时：**10

教学目标	通过学习情境6的学习，使学生具备以下能力： 1、能够设计物流项目招（投）标书； 2、能够撰写物流企业营销计划书，设计物流企业组织结构； 3、能够撰写物流企业的营销策划书。		
学习任务	1、物流项目招投标、设计与操作； 2、物流企业营销计划的制定； 3、物流企业组织模式； 4、物流企业营销策划书的撰写； 5、物流客户关系管理		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得物流项目、物流计划制定和策划的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘、黑板、粉笔		
其他信息	无		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，引起学生对物流产品销售的重视。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解与学生参与相结合。教师对核心知识点进行讲解，并提出针对性的案例，由学生讨论完成，教师从旁协助，最后教师对所学知识点进行总结。该任务完成后，学生能掌握物流企业产品销售相关知识点。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体教学法 案例教学法	7.5
检　查	1、任务完成，学生能掌握物流企业产品销售的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	2
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、物流企业营销计划书和营销策划书的撰写（案例）。 **结果考核：**测试	案例教学法 讨论教学法	

三、教学评价建议

对于物流市场营销课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	**良（80~89）**	**中（70~79）**	**及格（60~69）**
1、作业及作品成果、案例分析（60%）	教师评价、学生评价	作品成果、作业或案例分析非常准确地符合任务	作品成果、作业或案例分析较准确地符合任	作品成果、作业或案例分析符合任务要求，成	作品成果、作业或案例分析基本符合任务要

		要求，格式符合标准、内容完整。	务要求,格式符合标准、内容完整。	果格式稍有瑕疵、内容欠完整	求，内容欠完整、格式不太规范。
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高。	积极、及时完成教师布置的任务,并能积极参与。	能积极完成教师布置的任务，并能积极参与。	能积极完成教师布置的任务。
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷。	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
4.团队合作能力（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强。	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务。	具有团队合作精神,能完成任务。	能在其他同学的帮助下完成项目任务。

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、职业道德等职业素养；通过案例分析讨论考核学生能把理论的学习融入到企业实践活动的研究和认识中，解决实际问题能力，语言表达能力等；通过考核物流市场营销的基本技能，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 40%。

（1）课堂总体表现（10%）：出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

（2）课堂实训（30%）：主要指案例分析、命题讨论和项目任务成果，包括：案例分析、命题讨论或任务完成（60%）、学习态度（20%）、陈述表达（10%）、团队合作（10%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

2、期末闭卷考试占总成绩的 60%。

单选题＋多选题＋判断题＋简答题＋案例分析题

具体方案见下表：

课程考核方案

序号	考核内容		考核标准	考核方式	分值比例%
1	平时成绩	课堂总表现	1、迟到、早退一次扣分0.5分，旷课一次扣1分； 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分。	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
		课堂实训	9、基本任务完成情况； 10、小组协作情况； 11、职业素养的能力。	依据老师评价方式	30%
2	期末考核		单选题 多选题 判断题 简答题 案例分析题	考试	60%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

在教材的选择中，应该选择国家规划教材，要选择贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以营销整个过程为主线，从认识营销、分析营销机会、发展营销战略、制定营销策略及执行与控制，能够实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《物流市场营销》　袁炎清等主编　机械工业出版社

3、推荐教学参考网站

中国物流与采购网 http://www.chinawuliu.com.cn

六、课程资源的利用与开发

数学课程资源是指应用于教与学活动中的各种资源。主要包括文本资源——如教科书、教师用书，教与学的辅助用书、教学挂图等；信息技术资源——如网络、数学软件、多媒体光盘等；社会教育资源——如教育与学科专家，图书馆、少年宫、博物馆，报纸杂志、电视广播等；环境与工具——如日常生活环境中的数学信息，用于操作的学具或教具，数学实验室等；生成性资源——如教学活动中提出的问题、学生的作品、学生学习过程中出现的问题、课堂实录等。

因此，在本课程中，建议加强对各种资源的开发和利用，从而更大程度的提高教师的教学质量和学生的学习水平。

课程标准制订人：成莹洁

审核：

制订日期： 2012.11

5.《采购与供应管理》课程标准

课程代码:

课程名称：采购与供应管理

英文名称：Purchasing and supply management

课程类型：核心课程（专业必修课）

总 学 时：52　　讲课学时： 36　　实践学时： 16

学　　分：3

适用对象：物流管理专业

先修课程：物流导论、商品基础知识、运输管理实务、仓储管理实务

第一部分　前言

一、课程性质

本课程是一门介绍物流采购相关知识的课程。通过对本门课程的学习，使学生在了解各类物流采购理论知识的基础上，能够掌握和运用采购的技巧、方法，并使它们处于最佳状态。

本课程是物流管理专业的专业必修课，同时也是理论性与实践性均较强的一门综合性课程，教学中要求理论必须与实践密切结合。

通过本门课程的学习，使学生对物流领域中的采购有一个比较全面的认识，并为进一步学习研究物流、进行物流采购实务操作打下一个良好的基础。

二、基本理念

物流采购课程要面向全体学生，注重素质教育。课程特别强调要关注每个学生的情感，激发他们学习的兴趣，帮助他们建立学习的成就感和自信心，使他们在学习过程中提高人文素养，增强实践能力，培养创新精神。

本课程倡导目标驱动型的教学模式，强调问题解决和创新实践。结合学生的专业实际，引导学生自主选择、自我设计物流模型并拟定和实施采购招标书，提供拓展内容，调动学生的主观能动性，挖掘学生潜力，在教师的指导和引导下，通过实践、参与和合作等方式，实现任务目标，感受成功。在学习过程中进行情感和策略调整，发挥学生的想象力和创造力，以形成积极的学习态度，促进物流管理综合应用操作能力的提高。

三、课程标准制定思路

本课程的设计思路是以培养应用型高等职业教育人才为指导思想，通过本门课程的学习，使学生在掌握采购业务知识的同时，能够掌握更多的相关知识，使学生不仅可以面向应用岗位，也可以面向管理岗位。根据这一指导思想，将物流管理专业所涉及到的采购基础知识内容，分解成若干教学内容，在理论课中，注

重对学生素质的培养，在实践课程中，注重对学生应用技能的培养，通过理论与实际相结合的教学方式，使学生能够得到全面发展，为培养应用型高等职业教育人才打下坚实基础。

本课程的课程标准在制定过程中严格把握学生学习该课程的基本标准，所以在研制前期要充分对学生的基础、起点，应用型高等职业教育人才的培养要求和培养目标等进行调研、分析，经过校内外专家（包括本校任课教师、兄弟院校教学同行、企业相关人士等）进行探讨分析，确定应用性高等职业教育人才对本课程的掌握和学习的最低标准或基本标准，然后在本专业实施，对存在的问题或标准的高低等进行修订、改进。

第二部分　课程目标

一、总体目标

通过工学结合、校企合作方式培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握采购管理的基本知识与能力，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力。并通过理论、实践相结合的教学方式，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有采购管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型物流专门人才，以适应市场对物流人才的需求。

二、具体目标

1.理解采购的基本概念和内容

2.理解采购管理的基本概念和内容

3.理解采购基本流程

4.掌握采购申请步骤与方法

5.掌握供应商的选择和管理方法

6.学会 MRP 采购方法

7.掌握库存控制方法

8.理解 JIT 采购内容与方法

9.理解招标采购流程，掌握招标采购方法

10.理解供应链采购概念，掌握供应链采购的实施条件

11.掌握采购谈判技巧，学会采购谈判的组织与管理

12.掌握电子商务采购的步骤与方法

第三部分课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	作业成果
1	采购管理概述	1.采购概念与分类 2.采购管理（概念、目标、职能、内容） 3.采购管理与库存控制	知识： 1.掌握采购的概念；采购的类型、一般采购过程； 2.了解采购合同所包含的基本内容； 3.掌握采购和采购管理的区别； 4.采购管理的职能和目标； 5.库存控制在采购管理中的地位和作用。 技能： 能够描述采购管理的职能和目标	
2	采购申请与需求分析	1.采购申请 2.采购需求分析 3.ABC 分析法	知识： 1.要求掌握采购申请的方法和物料需求计划、物资消耗定额和采购需求预测的分析方法； 2.掌握 ABC 分析方法的原理； 3.掌握 ABC 分析法在采购管理当中的应用。 技能： 1.学会填写采购申请保证基本无误； 2.能够利用 ABC 分析法分析采购物料的重要性	根据企业所需，填写采购申请单
3	供应商选择与管理	1.供应商管理概述 2.供应商调查 3.供应商开发 4.供应商考核 5.供应商选择 6.供应商的使用、激励与控制	知识： 1.了解供应商管理的含义，目的和基本环节； 2.掌供应商的使用、激励与控制商开发的步骤； 3.了解供应商考核的指标体系； 4.掌握供应商选择方法，能够对供应商的使用、激励和控制有较深的理解。 技能： 1.能够准确详填写供应商的详细资料； 2.学会使用网络搜索查阅资料，能在有效时间内查到有效资料； 3.能够描述供应商选择的方法。	分组调查：供应商调查与选择。

4	MRP 采购管理	1.生产企业采购 2.MRP 基本介绍 3.MRP 系统 4.MRP 采购实施	知识： 1.了解生产企业人工采购计划系统和 MRP 采购计划系统； 2.掌握 MRP 基本原理掌握 MRP 系统的输入、输出以及处理过程； 3.学会如何运用MRP制定物料采购计划。 技能： 1.能够计算并填写物料需求计划； 2.针对案例 20 分钟内制定采购计划； 3.能够清晰描述出MRP的重要性和主要原理。	制定采购计划
5	订货点采购与库存控制	1.库存控制 2.订货点采购 3.定量订购法 4.定期订货法 5.价格折扣和区段价格采购策略	知识： 1.掌握库存分类，库存过程，库存费用以及库存控制的原理和方法； 2.掌握订货点采购的原理，定量订货法的原理和应用掌握定期订货法的原理和应用； 3.掌握价格折扣和区段价格采购策略。 技能： 能够对案例中的数据进行快速的定量计算分析，并能对不同区段的价格制定出相应的采购策略。	
6	JIT 采购管理	1.JIT 采购的产生 2.JIT 采购的原理、优点和特点 3.看板管理 4. JIT 采购的实施	知识： 1.了解 JIT 生产的产生； 2.掌握 JIT 采购的原理、优点和特点 3.掌握看板管理的原理； 4.能够应用案例深刻理解 JIT 采购的看板运作方式； 5.了解看板管理在 JIT 采购管理中的应用。 技能： 1.能够分析看板原理在JIT采购中的运用； 2.能够说出电子看板在实践中的应用流程及其价值所在。	
7	招标采购管理	1.招标采购管理概述 2.招标文件 3.投标文件 4.评价体系 5.《招标投标法》简介	知识： 1.掌握招标采购方法和程序； 2.了解招标文件和投标文件的内容； 3.了解评标体系； 4.理解招标采购评标考核体系中权重的确定； 5.了解招标的相关法律知识。	分小组进行撰写采购投标书

			技能： 能够独立搜集相关资料，并能独立撰写招标书，在答辩时能说出关键所在。	
8	供应链采购管理	1．供应链管理模式 2．供应链采购管理 3．供应链采购管理的实施	知识： 1.掌握供应链的概念及其基本思想，理解供应链的操作； 2.掌握供应链采购管理的原理，理解供应链采购的操作。	
			技能： 1.能够理解和说出供应链采购的流程； 2.能够顺利填写各种单据并能在各个角色中交易。	
9	采购谈判	1．采购谈判概述 2．采购谈判程序 3．采购谈判的组织实施 4．采购谈判的策略 5．采购谈判的技巧	知识： 1.了解采购谈判的内容及其特点； 2.掌握采购谈判的程序； 3.掌握如何组织实施采购谈判基本掌握采购谈判的策略和技巧。	全班分小组进行模拟采购谈判
			技能： 1.编写采购谈判材料； 2.运用各种谈判策略与技巧，能够说出采购谈判的程序，能够流利地与对方讨价还价。	
10	电子商务采购	1.电子商务采购概述 2.电子商务采购	知识： 1.电子商务的概念、种类和特点； 2.电子商务的功能及其应用系统的构成； 3.在企业采购活动中如何有效实施电子商务，节约采购成本； 4.实际工作中电子商务采购的功能实现与运作模式。	
			技能： 能够一次性顺利地进行网上购书（物），并能说出电子商务中的关键之处，能够分析区别电子商务与物流的关系。	

第四部分　课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	实践	其他	合计

采购管理概述	4	1		5
采购申请与需求分析	4	1		5
供应商选择与管理	4	2		6
MRP 采购管理	4	2		6
订货点采购与库存控制	6	2		8
JIT 采购管理	4	1		5
招标采购管理	4	1		5
供应链采购管理	2	4		6
采购谈判	2	1		3
电子商务采购	2	1		3
合　计	36	16		52

二、教学建议

1、教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备一定的企业经营管理实践经验。

（3）具备系统的创业和企业管理知识。

（4）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

教学组织设计建议见创业学学习情境表 1~表 10。

学习情境 1	采购管理概述	**课时：** 5	
教学目标	知识目标： 1.掌握采购的概念，采购的类型、一般采购过程； 2.了解采购合同所包含的基本内容； 3.掌握采购和采购管理的区别； 4.采购管理的职能和目标； 5.库存控制在采购管理中的地位和作用。 技能目标：能够描述采购管理的职能和目标。		
学习任务	结合国内外采购与供应管理现状，全面了解国内外采购与供应管理的最新理论，并能分析国内或省内某一大中型企业采购与供应管理模式。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息； 3、通过课堂教学、课外参与社会实践完成学习认识采购管理内容的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**

导　入	教师通过相关案例，导入学生对学习采购与供应管理的兴趣，及对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握国内外采购与供应管理现状的相关知识。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 1

学习情境 2	采购申请与需求分析	**课时：**5
教学目标	知识目标： 1.要求掌握采购申请的方法和物料需求计划、物资消耗定额和采购需求预测的分析方法； 2.掌握 ABC 分析方法的原理； 3.掌握 ABC 分析法在采购管理当中的应用。 技能目标： 1.学会填写采购申请保证基本无误； 2.能够利用 ABC 分析法分析采购物料的重要性。	
学习任务	能利用 ABC 等最常用的方法对采购需求进行分析，再根据需求填制采购申请单。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得社会上各大公司的采购单模式等信息。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘	
其他信息	教材配套光盘	

教学阶段	工 作 过 程	教学方法建议	学时
导　入	通过相关案例导入采购申请与需求分析的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能正确分析某公司具体采购需求之分析。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 2

学习情境 3	供应商选择与管理	**课时：**6
教学目标	知识目标： 1.了解供应商管理的含义，目的和基本环节； 2.掌供应商的使用、激励与控制商开发的步骤； 3.了解供应商考核的指标体系； 4.掌握供应商选择方法，能够对供应商的使用、激励和控制有较深的理解。 技能目标： 1.能够准确详填写供应商的详细资料； 2.学会使用网络搜索查阅资料，能在有效时间内查到有效资料； 3.能够描述供应商选择的方法。	
学习任务	学生通过学习，能对供应商进行调查，并能根据需求开发新的供应商和对供应商进行考核，选择并进行相应的激励和控制。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外和社会实践进行供应商调查活动。	

教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入供应商选择与管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生组建小组并对供应商展开调查，能根据需求对供应商做出正确的选择，并能有效激励、控制供应商。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 3

学习情境 4	MRP 采购管理	**课时：**6
教学目标	知识目标： 1.了解生产企业人工采购计划系统和 MRP 采购计划系统； 2.掌握 MRP 基本原理掌握 MRP 系统的输入、输出以及处理过程； 3.学会如何运用 MRP 制定物料采购计划。 技能目标： 1.能够计算并填写物料需求计划； 2.针对案例 20 分钟内制定采购计划； 3.能够清晰描述出 MRP 的重要性和主要原理。	
学习任务	学生通过学习，能对生产企业采购流程熟悉，并运用 MRP 基本原理掌握 MRP 系统的运用。	

教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入 MRP 采购管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能对生产企业采购流程有全面的了解，并能按要求计算和填写物料需求计划。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 4

采购与供应管理学习情境表 5

学习情境 5	订货点采购与库存控制	**课时：**8
教学目标	知识目标： 1.掌握库存分类，库存过程，库存费用以及库存控制的原理和方法； 2.掌握订货点采购的原理，定量订货法的原理和应用掌握定期订货法的原理和应用； 3.掌握价格折扣和区段价格采购策略。 技能目标：能够对案例中的数据进行快速的定量计算分析，并能对不同区段的价格制定出相应的采购策略。	

学习任务	学生通过学习，能熟练掌握订货点采购、定量采购法、定期采购法等采购方法并能根据实际需求选择合适的采购方法，同时能熟练运用价格折扣和区段价格能采购策略。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外和社会实践对物流企业的库存控制做社会调查。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入订货点采购与库存控制的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握几大类采购方法的基本原理并能对实际的案例进行定量计算分析。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	6
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 6

学习情境 6	JIT 采购管理	**课时：** 5

教学目标	知识目标： 1.了解 JIT 生产的产生； 2.掌握 JIT 采购的原理、优点和特点 3.掌握看板管理的原理； 4.能够应用案例深刻理解 JIT 采购的看板运作方式； 5.了解看板管理在 JIT 采购管理中的应用。 技能目标： 1.能够分析看板原理在JIT采购中的运用； 2.能够说出电子看板在实践中的应用流程及其价值所在。		
学习任务	学生通过学习，能熟练掌握 JIT 采购的基本原理和基本方法，并能够分析看板原理在 JIT 采购中的运用。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论掌握 JIT 采购与其他采购方式的不同。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入 JIT 采购管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能熟练掌握 JIT 采购的基本原理和基本方法，并能够分析看板原理在 JIT 采购中的运用。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 7

学习情境 7	招标采购管理		**课时：**5
教学目标	知识目标： 1.掌握招标采购方法和程序； 2.了解招标文件和投标文件的内容； 3.了解评标体系； 4.理解招标采购评标考核体系中权重的确定； 5.了解招标的相关法律知识。 技能目标：能够独立搜集相关资料，并能独立撰写招标书，在答辩时能说出关键所在。		
学习任务	学生通过学习，能熟练掌握招标采购的基本流程及其评价体系。并根据实际情况，独立撰写采购招标书和投标书。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论及社会调查活动了解公司招标采购的基本流程。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入招标采购管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能了解招标文件和投标文件的基本内容，并能撰写相应的招投标书。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 8

学习情境 8	供应链采购管理		**课时：**6
教学目标	知识目标： 1.掌握供应链的概念及其基本思想，理解供应链的操作； 2.掌握供应链采购管理的原理，理解供应链采购的操作。 技能目标： 1.能够理解和说出供应链采购的流程； 2.能够顺利填写各种单据并能在各个角色中交易。		
学习任务	学生通过学习，能熟练掌握供应链采购管理的原理，理解供应链采购的操作。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论及社会调查活动了解供应链管理。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入供应链采购管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 9

学习情境 9	采购谈判		课时：3
教学目标	知识目标： 1.了解采购谈判的内容及其特点； 2.掌握采购谈判的程序； 3.掌握如何组织实施采购谈判基本掌握采购谈判的策略和技巧。 技能目标： 1.编写采购谈判材料； 2.运用各种谈判策略与技巧，能够说出采购谈判的程序，能够流利地与对方讨价还价。		
学习任务	学生通过学习，结合当前各大企业采购需求，能熟练掌握采购谈判的流程、内容及技巧。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论及社会调查活动掌握采购谈判。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入采购谈判的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握采购谈判的各种技巧。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	1.5
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 10

学习情境 10	电子商务采购		**课时：**3
教学目标	知识目标： 1.电子商务的概念、种类和特点； 2.电子商务的功能及其应用系统的构成； 3.在企业采购活动中如何有效实施电子商务，节约采购成本； 4.实际工作中电子商务采购的功能实现与运作模式。 技能目标：能够一次性顺利地进行网上购书（物），并能说出电子商务中的关键之处，能够分析区别电子商务与物流的关系。		
学习任务	学生通过学习，在基于节约成本的基础上能熟练运用电子商务技术完成采购活动。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论及社会调查活动掌握电子商务采购。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入电子商务采购的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握电子商务技术在采购活动中的运用。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	1.5
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

三、教学评价建议

（1）改革考核手段和方法，加强实践性教学环节的考核和采购管理理念的考核，可采用过程考核和结果考核相结合的考核方法。

（2）由学校主讲老师和企业兼职老师结合考勤情况、学习态度、学生作业、平时测验、实验实训、物流大赛、顶岗实习情况及考核情况，共同综合评定学生成绩。

（3）应注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生给予特别鼓励，综合评价学生的能力。

对于采购与供应管理课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照采购与供应管理流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核采购与供应管理的一些技术方法、规范、原则标准，来考核

学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例％
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	基本任务完成情况； 小组协作情况； 职业素养的能力； 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	1、单选题 2、多选题 3、判断题 4、计算分析题 5、论述题	考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以采购与供应管理流程为主线，将采购与供应管理各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《采购管理》　　杨军主编　高等教育出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国物流与采购联合会 http://www.chinawuliu.com.cn

六、课程资源的利用与开发

利用课程网络资源，既激发学生课程学习的兴趣和动力，也有效地提高了学生各方面的能力，同时也为教师提供了一个教学资源共享和交流的平台。

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：谢虎军

审核：

制订日期： 2011.7

6.《运输管理实务》课程教学标准

课程代码：0105011
课程名称：运输管理实务
英文名称：
课程类型:专业必修课
总 学 时：60　　讲课学时：40　　实践学时：20
学　　分：4
适用对象：物流管理专业
先修课程：物流管理基础

第一部分 前言

一、课程性质与地位

《运输管理实务》是高职院校物流管理专业的一门专业核心课程之一，具有较高的综合性，其功能主要是讲授运输或物流企业组织货物运输的技术、方法和流程，使学生掌握物流运输的基本理论和操作方法，为从事物流运输管理工作打下基础。所以本课程是一门货物运输基础知识和操作技能、理论知识和实践技能并重的综合性课程。

二、课程基本理念

本课程以就业为导向，根据高职院校学生的特点和认知规律，依据国际货代员从业资格考试的标准，以国际海运代理、国际空运代理工作岗位的业务为课程主线。根据不同工作岗位涉及的主要业务内容、流程和单证，合理设计教学单元，采用以任务驱动的项目教学法，运用情景模拟、角色互换、仿真操作、分组讨论等多种教学方法。通过工作任务整合相关知识和能力，融“教、学、做”为一体，注重对学生会计职业能力、职业技能和职业道德的训练和培养，提升学生的岗位适应能力。

三、课程设计思路

本课程标准的设计以职业需要为导向，在专业人才需求调研和专业建设改革的基础上，邀请物流和交通行业的专家学者与企业技术人员等对物流专业相应运输岗位的任务和职业能力进行分析分解，以应用为目的，以必需、够用为度，确定课程的教学内容和实践项目，本课程涉及的领域是技术密集的行业，所以课程标准要力求追踪行业技术动态，及时涵盖先进技术在运输领域的应用情况。通过工学结合的教学模式，培养学生掌握货物运输组织的技术和方法，提高综合职业能力。

第二部分 课程目标

一、总体目标

运用培养学生实践能力和创新能力的现代教学理念，组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生掌握货物运输的基础知识和基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、合作、敬业等良好品质，以及提高学生综合运用专业知识技能的素质。

二、分类目标

（一）知识目标

通过项目主线、任务引领的活动设计，使学生具备高素质劳动者和中初级专门人才所必需的运输管理的基本知识、基本方法。

（二）能力目标

1、专业能力目标

（1）能熟练描述出运输系统的构成要素，各种运输方式的技术经济特征。

（2）能按合理的运输组织流程，处理两种及以上运输方式的货运组织工作。

（3）熟悉运输费用的基本构成和计算方法，会计算货物运输费用。

（4）至少掌握两种及以上运输方式的主要运输单证的缮制方法，会填制这些票证。

（5）了解货物运输的相关法律法规，熟悉运输合同的内容、订立与修改程序，会签订运输合同。

2、职业素质养目标

培养学生具有爱岗敬业、团队合作的品质，树立环保、安全意识，形成良好的职业道德行为。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	教学内容	学习目标	作业成果
1	认知运输	1、运输与物流 2、运输系统的构成； 3、运输方式与运输合理化； 4、运输市场与运价。	1、熟悉运输的概念与功能； 2、了解运输与物流的关系； 3、掌握运输系统的构成，画出运输系统构成图； 4、分析合理化运输的形式和影响因素；	组织调查活动，提交一份关于运输问题的调查分析报告。
2	公路货运组织	1. 普通货物运输组织 2. 特殊货物运输组织 3. 公路货物运输费用	1、熟悉公路货运的基本条件； 2、分析公路整车货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 3、分析公路零担货运的流程，画出流	计算机模拟整车、零担货物运输组织的

			程图，填制相关运输单证； 4、了解特种货物运输的相关规定； 5、练习公路运输费用的计算。	过程；
3	水路货运组织	1. 水路运输船舶经营方式 2. 水路货物运输组织 3. 海运进出口单证 4. 水路货物运输费用	1、熟悉水路货运的基本条件； 2、分析水路进出口货物运输的流程，实践相关工作内容； 3、熟悉水路运输主要单证的内容，练习相关单证的缮制； 4、了解特种货物运输的相关规定； 5、掌握水路运输费用的计算方法，练习运输费用的计算。	模拟单证的填写和流转
4	铁路货运组织	1、铁路货物运输组织； 2、零担运输与集装化运输； 3、铁路货物运输费用。	1、熟悉铁路货物运输的基本条件； 2、分析铁路货物运输的流程； 3、掌握铁路运输费用的计算方法，练习运输费用的计算。	
5	航空货运组织	1. 航空货物运输方式 2. 国际航空货物运输业务流程 3. 国际航空货物运输的运费	1、熟悉航空货物运输的基本条件； 2、分析航空进口货物运输流程； 3、分析航空出口货物运输流程； 4、掌握航空运输费用的计算方法，练习运费的计算。	情景模拟，设计一单航空货运的组织方案
6	多式联运管理	1. 多式联运组织与运作 2. 多式联运的责任划分	1、了解多式联运的组织运作程序； 2、了解多式联运各环节的主要工作内容； 3、了解多式联运责任的划分方法；	提交一份关于多式联运的调查报告。
7	货运合同管理	1. 运输合同的订立与履行 2. 运输合同的变更与解除	1、熟悉货物运输合同相关法律法规的内容； 2、熟悉货物运输合同的主要内容； 3、掌握货物运输合同订立、履行、变更、解除等的程序和方法；	收集货物运输合同范本资料。

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
认知运输	2		2			4
公路货运组织	6			2		8
水路货运组织	14		2		2	18
铁路货运组织	2	2		2		6
航空货运组织	14	2				16
多式联运管理	2		2	2		4
货运合同管理	2		2			4

合　计	40	4	8	6	2	60

二、教学建议

1.教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备系统的仓储管理的专业知识。

（4）有丰富的物流企业或仓储企业工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

教学组织设计建议见运输管理实务学习情境举例 表 1~表 7

运输管理学习情境表 1

学习情境 1	认知运输		**课时：**4
教学目标	知识目标： 1、熟悉运输的概念与功能； 2、了解运输与物流的关系； 3、掌握运输系统的构成，画出运输系统构成图； 4、分析合理化运输的形式和影响因素； 技能目标：掌握各种运输方式的技术经济特征，能够对运输活动进行技术经济评价。		
学习任务	1．能描述出各种运输方式的技术经济特征； 2．能画出运输系统构成图； 3．会分析判断运输活动是否合理。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息； 3、通过课堂教学、利用课余时间组织对某货运市场进行调研等认知运输。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息			
教学阶段		**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学生对学习运输管理的兴趣，及对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2
检　查	电脑、网络、投影仪、优盘	讨论教学法	1
评　估	教材配套光盘	讨论教学法	0.5

运输管理学习情境表 2

学习情境 2	公路货物运输管理	**课时：**8

教学目标	知识目标： 1.熟悉公路货物运输的基本条件； 2.分析公路整车货运的流程，熟悉各环节的工作和相关运输单证； 3.分析公路零担货运的流程，熟悉各环节的工作和相关运输单证； 4.了解特种货物运输的相关规定； 5.掌握公路运输费用的构成与计算方法。 技能目标： 1．会设计整车与零担货物运输的流程； 2．会填制公路货运相关票证； 3．会进行公路货物运输费用的计算，进行费用构成分析。		
学习任务	能填制公路货运相关票证；会进行公路货物运输费用的计算。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过计算机模拟单证的填写和流转。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入公路运输的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能正确分析某公司具体采购需求之分析。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	2
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

运输管理学习情境表 3

学习情境 3	水路货物运输管理	**课时：**18

教学目标	知识目标： 1.熟悉水路货运的基本条件； 2.分析水路进出口货物运输的流程，了解主要环节的工作内容； 3.熟悉水路运输主要单证的作用和内容； 4.了解特种货物运输的相关规定； 5.掌握水路运输费用的构成与计算方法。 技能目标： 1．会设计水路运输流程；2．会缮制水路运输主要单证； 3．会分析水路货运费用构成，能进行相应运输费用的计算。		
学习任务	学生通过学习，能缮制水路运输主要单证，能进行相应运输费用的计算。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外和社会实践进行供应商调查活动。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入水路货运管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	1
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生组建小组模拟国际货运代理人进行进出口业务流程。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	9
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	6
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	2

运输管理学习情境表 4

学习情境 4	铁路货物运输实务	**课时：**6

教学目标	知识目标： 1.熟悉铁路货物运输的基本条件； 2.了解铁路货物运输的流程及各环节的工作内容； 3.掌握铁路运输费用的构成与计算方法。 技能目标： 1．会设计铁路货物运输的流程； 2．会填制铁路货运单证；3．能计算铁路货运运费。		
学习任务	学生通过学习，能填制铁路货运单证；能计算铁路货运运费。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过对铁路企业参观获得相关信息。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入铁路运输管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能能填制铁路货运单证；能计算铁路货运运费。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

运输管理学习情境表 5

学习情境 5	航空货运组织	**课时：** 16

教学目标	知识目标： 1、 熟悉航空货物运输的基本条件； 2、分析航空进口货物运输流程； 3、分析航空出口货物运输流程； 4、掌握航空运输费用的计算方法，练习运费的计算。 技能目标： 1、 会设计航空货物运输流程； 2、会填制航空货运单证；3、能计算航空货运运费。		
学习任务	学生通过学习，能设计航空货物运输流程，同时能会填制航空货运单证；能计算航空货运运费。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外和社会实践对空运企业做社会调查。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入航空货运的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握航空进出口货物运输流程并能对航空货运运费进行计算。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	10
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	5
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

运输管理学习情境表 6

学习情境 6	多式联运	**课时：**4

教学目标	知识目标： 1、了解多式联运的组织运作程序； 2、了解多式联运各环节的主要工作内容； 3、了解多式联运责任的划分方法； 技能目标： 1．能解释多式联运的概念、特征；2．能描述多式联运责任划分的基本方法。		
学习任务	学生通过学习，能熟练解释多式联运的概念，理解多式联运责任划分的基本方法并能够提交一份关于多式联运的调查报告。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过讨论掌握多式联运责任划分的基本方法。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入多式联运管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能了解多式联运各环节的主要工作内容，并能够理解多式联运责任的划分方法。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

运输管理学习情境表 7

学习情境 7	货物运输合同管理	**课时：**4

教学目标	知识目标： 1. 熟悉货物运输合同的相关法律法规； 2. 熟悉货物运输合同的形式及主要内容； 3. 掌握货物运输合同订立、履行、变更、解除等的程序和方法。 技能目标： 1．会填制货物运输合同； 2．能描述出货运合同订立、变更、解除的程序和要求。		
学习任务	学生通过学习，能熟练掌握货物运输合同订立、履行、变更、解除等的程序和方法。并根据实际情况，独立撰写货物运输合同。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论及社会调查活动货物运输合同订立、履行、变更、解除等的程序和方法。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入货物运输合同管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能了解货运合同订立、变更、解除的程序和要求，并能撰写货物运输合同。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

四、课程考核

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末闭卷和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

1．考核方式

《运输管理实务》课程将理论考核和实践考核相结合，采用考试与考查相结合的考核方式。理论考核分为理论知识考核和课内实验考核两部分，理论知识考核部分由平时成绩与闭卷笔试成绩组成，分别采用考查与考试的方式，以笔试成绩为主；课内实践成绩以平时成绩的方式计入期末成绩；课程实训单独考核，采用考查方式。具体如下表：

1.1 理论考核

序号	名　　称				考核比例	考核方式
1	理论知识考核	期末闭卷考试			60%	考试
		平时成绩	课堂表现、作业等		10%	考查
			课内实践	实验操作过程	15%	
				实验操作效果	15%	
合　计					100%	

1.2 实践考核

序号	名　　称		考核比例	考核方式
1	课程实训考核	出勤率	10%	考查
		实验操作	70%	
		实验报告	20%	
合　计			100%	

2．考核标准

序号	教学单元	考核知识点及要求	考核比例
1	认知运输	掌握：运输系统的构成，合理化运输的形式和影响因素；	10%
2	公路货运组织	掌握：整车与零担货物运输的流程；公路货运相关票证；进行公路货物运输费用的计算	15%
3	水路货运组织	掌握：集装箱货运流程；杂货班轮货运单证流转程序租船经营方式；班轮运费结构计算方法	25%
4	铁路货运组织	掌握：填制铁路货运单证；计算铁路货运运费。	15%

序号	教学单元	考核知识点及要求	考核比例
5	航空货运组织	掌握：集装器、货运代码；国际航空货运业务流程；包舱；航空快递；运价计算；货运单填制。	20%
6	多式联运管理	掌握：多式联运的概念、特征；多式联运责任划分的基本方法。	10%
7	货运合同管理	掌握：填制货物运输合同；合同订立、变更、解除的程序和要求。	5%
	合　计		100%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以企业典型工作任务为主线，将财务会计各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教材

季永青.《运输管理实务》. 高等教育出版社 2009 年版。

3、推荐教学参考书

劳动部编:《物流师基础》、《助理物流师》

六、课程资源的利用与开发

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：唐炜

审核：

制订日期： 2011.4.20

连锁经营管理专业

1.《店铺开发与设计》课程标准

课程代码:

课程名称：店铺开发与设计

英文名称：

课程类型：连锁经营管理课程（专业必修课）

总 学 时： 60 讲课学时： 40 实践学时： 20

学 分：

适用对象：连锁经营管理专业

先修课程：连锁经营管理实务、市场营销实务、市场调研、商品学

第一部分 前言

一、课程性质和作用

连锁经营管理专业是我院特色专业,《店铺开发与设计》课程则是连锁经营管理专业所构建的“基于工作过程导向”的新课程体系中专业技能领域的核心课程之一。本课程侧重培养学生熟练的店铺商品陈列、拓展、规划技能，初步具备门店选址、布局规划及陈列能力。本课程作用如下：

1．在连锁经营管理专业课程体系中，本课程起到承上启下的作用

店铺开发与设计是连锁超市（企业）经营工作核心内容之一，本课程主要的任务是培养学生掌握连锁超市门店拓展、开发、店内外布局及陈列等相关知识与理论，能够进行超市门店拓展、布局陈列等相关工作的作业（技能），并具备相应的职业素养。根据本专业基于“工作过程导向”的新课程体系，依据学生职业能力培养的基本规律及连锁企业（超市）真实工作任务（流程），确定《店铺开发与设计》以《市场调查与预测》、《市场营销实务》、《商品学》课程为前导，以《连锁企业采购管理实务》、《连锁企业仓储与配送管理》、《连锁门店营运管理》等为后续课程。本课程是前导课程《市场调查与预测》、《商品学》的进一步深化及应用,是后续课程《连锁企业采购管理实务》、《连锁企业仓储与配送管理》、《连锁门店营运管理》的学习基础。是学生未来能否从事连锁零售商业（如超市、便利店）工作的关键性、决定性因素之一。

2．本课程对本专业学生职业能力培养起主要支撑作用

本课程涵盖了连锁门店铺开发与设计的主要工作任务（环节），其为学生从事连锁超市门店拓展开发、布局陈列活动提供理论引领及实战指导，它既是从事连锁经营管理工作首要的流程要素,也是从事连锁超市门店开发与设计等管理工作的必备条件（技能）。通过本课程的学习，学生将掌握连锁门店商品陈列维护、设计规划、开店策划、拓展（选址）等相关知识与理论，能够进行（具备）超市门店的商品陈列维护作业、店面设计、布局规划、开店策划、选址分析等工作（技能），并具备相应的职业素养。从而为后续课程的学习及职业能力的培养打下良好的基础。

3．本课程对本专业学生职业素养养成起到明显的促进作用

按照职业素质养成的目标，在本课程教学活动中，采用“小组活动学习”、“角色模拟”等教学方法，注重发挥学生的主体意识，强调团队协作完成学习任务，促进学生职业素养的养成。通过本课程学习，达到的职业素养目标主要是：在“工学交替”、“教学做有机结合”中，让学生充分融入企业、职业氛围中，实现企业文化与校园文化的融合，校园与工厂（企业）的融合，在二者的融合中培养学生良好的职业道德感、社会责任感，创新精神，竞合观念及成本、效率、效益意识。从而为学生毕业后与企业实际需要的有效对接打下坚实基础。

二、课程理念和设计思路

1．课程设计的理念

（1）依托本土流通企业，与行业企业合作进行基于工作过程的课程开发与设计

通过课程团队教师进行广泛的社会调研，同时分别邀请来自湖南新一佳、湖南步步高集团、湖南省茶叶公司、湖南君山银针等企业的专家共同分析、确定本专业的典型工作任务及职业能力，明确本课程的教学目标，共同开发、设计教学内容，参与课程教学过程，拓展、提升校外实训基地的范围及内涵建设。

（2）以学生职业能力及综合素质培养为重点，突出对学生专业技能的训练和职业素质的养成

按照连锁经营管理岗位群的职业能力要求，以连锁超市（企业）工作流程为主线，依据连锁超市店铺拓展、布局及陈列工作领域中的典型工作任务来设计教学内容，即：按照一个完整的门店开发、店内外布局设计、店内陈列的工作过程（流程）（陈列商品——设计店面——规划布局——策划开业——确定选址），同时遵循学生职业能力培养的基本规律，依由简单到复杂整合、序化工作任务，通过任务驱动、课堂与校内外实训基地一体化等行动导向的教学模式，让学生在学中做、在做中学，“教、学、做”有机结合。注重在每一个工作任务、每一个教学环节循序渐进地锻炼、提高学生的实际工作能力，逐步培养学生的综合素养。

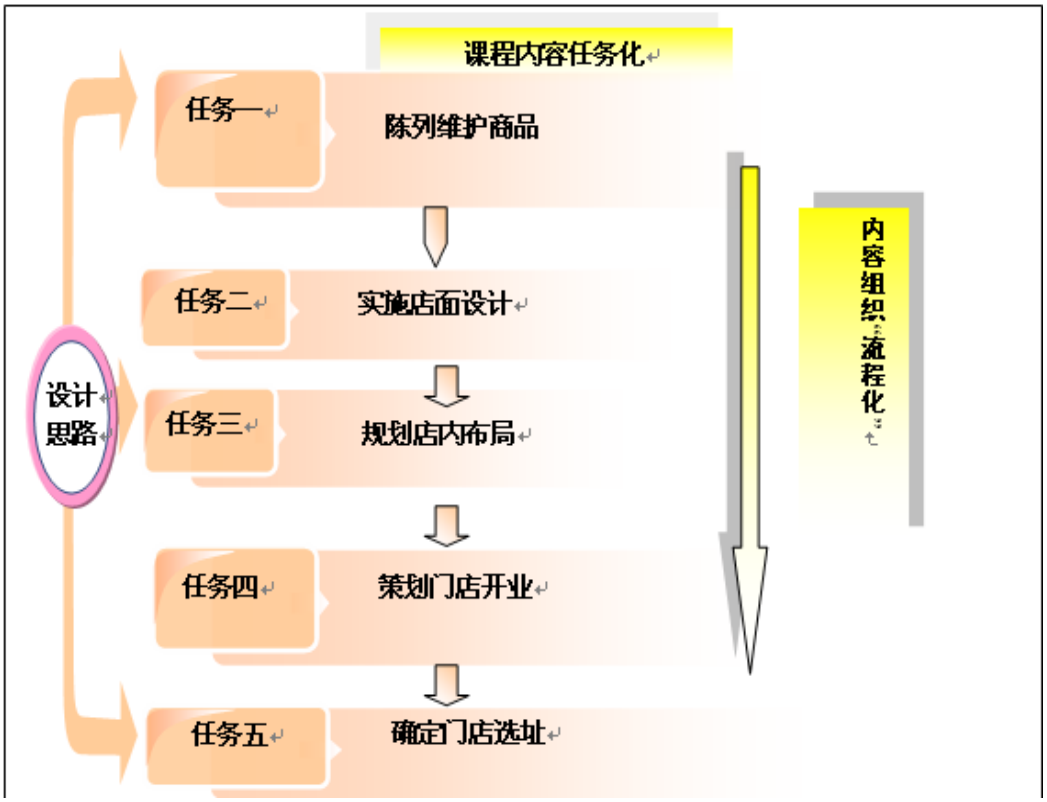
（3）校企联动、工学交替实施教学

为充分体现学生在校学习与实际工作的一致性，加强学生对教学过程真实性的体验，本课程教学实施过程中，有针对性地采取任务驱动、工学交替、课堂与校内外实训基地一体化等行动导向的教学模式。充分利用校内外实训基地和校内课堂两个环境进行教学，把企业真实的工作任务融入教学中，使教学中有企业真实情境，企业中有教学课堂，做到课堂情境与企业工作情境的一致，从而提高课程的针对性和实用性。

2．课程设计的思路

（1）课程内容任务化

本课程在内容的选取上，打破传统系统的理论章节式设计，依据“职业工作过程为导向“的设计理念，对教学内容的选取进行科学设计，以真正体现课程的职业性、实践性及开放性，增强课程内容的针对性及适用性。具体而言，即以连锁超市店铺拓展、布局及陈列的实际工作任务（流程）为主线进行教学内容的选取，按照一个完整而典型的超市店铺拓展、布局及陈列的工作过程（陈列商品——设计店面——规划布局——策划开业——确定选址），同时遵循学生职业能力培养的基本规律，依由简单到复杂整合、序化出超市拓展及布局陈列工作的五大典型工作任务（见图）



图：课程设计思路

（2）内容组织流程化

在内容的组织及编排上，本课程依据课程教学目标在教学任务中的重要性和难易度排序，并结合学生认知规律和实践能力训练规律，将连锁门店设计与开发的实际工作流程的典型工作任务进行整合、序化，力求在整个课程设计内容的衔接上由简单到复杂，能力要求上由单一到综合。

（3）任务载体真实化

课程在教学过程中围绕任务的解决科学设计、开发教学活动，并以校内外实训基地为主要课程任务实施载体，让学生充分融入企业、职业氛围中，实现企业文化与校园文化的融合，校园与工厂（企业）的融合，在二者的融合中培养学生良好的职业道德、社会责任，创新精神，竞合观念等，从而为学生毕业后与企业实际需要的有效对接打下坚实基础。

第二部分 课程目标

通过本课程学习,学生能够掌握连锁超市的商品陈列、设计规划、开店策划、门店开发）等相关知识与理论，能够进行（具备）超市门店的商品陈列维护业、店面设计、布局规划、开店策划、选址分析等工作（技能），并具备相应的职业素养。

表 1：课程教学目标

第三部分 课程教学内容标准

专业能力	社会能力	方法能力
1.能根据商品配置、陈列及维护的方法、技术，准确、熟练制作商品配置表并进行商品的陈列与维护。 2.能根据店面设计原则、方法，对店铺店面进行科学、新颖的设计。 3.能运用卖场货位（商品）布局原理对卖场布局进行科学、合理规划。 4.会根据策划方案标准及开业注意事项策划撰写门店开业方案，并进行活动的组织及协调。 5.能根据门店开发流程及标准为店铺进行科学、合理的选址。	1.良好的工作态度、工作责任和职业道德素养。 2.具备团队协作能力，在讨论、协商过程中培养团结互助精神。 3.创新精神，竞合观念。 4.成本、效率、效益意识 5.能与领导、同事等进行正确沟通，应对工作中的各种突发事件。	1.具备收集、分析、整理信息的能力。 2.具备制定工作计划、方案的能力。 3.具备组织、实施，完成工作任务的能力。 4.具备总结、反思、评价、改进的能力。 5.具备学习新知识、新技术、探求新方法的能力。

学习内容（情境） 专业能力目标

任务一 陈列维护商品	配置、陈列及维护卖场商品。	分任务 1：配置商品 分任务 2：陈列商品 分任务 3：维护商品 实　训：	1.能根据商品配置的方法及技术，制作商品配置表。 2.能根据商品陈列方法、技术，进行商品货架陈列，堆头陈列、端架陈列、主题陈列等方面的操作技能。 3.能根据商品维护的要点、重点及注意事项够熟练进行商品维护作业。
任务二 实施店面设计	设计超市招牌、店名、店标、橱窗、停车场与楼梯等。	分任务 1：超市店面设计知识认知 分任务 2：设计超市招牌 分任务 3：设计超市店名字体 分任务 4：设计超市店标 分任务 5：设计超市橱窗 分任务 6：设计停车场与楼梯 实　训：	1.能够根据店标的设计原则、方法，初步设计较具创意、较为新颖的门店店标及招牌。 2.能根据橱窗设计的要点、方法及标准，初步具备对门店橱窗的评判及审美。
任务三 规划店内布局	设计货位布局、出入口、通道、服务设施、照明、色彩、声音、气味、通风设施等。	分任务 1：规划店内货位布局 分任务 2：设计出入口 分任务 3：设计通道 分任务 4：设计陈列设备用具 分任务 5：设计服务设施分任务 6：设计照明 分任务 7：设计色彩 分任务 8：设计声音与音响 分任务 9：设计气味 分任务 10：设计通风设施	能够运用卖场货位（商品）布局促销三原理尤其是磁石理论进行相应卖场布局进行科学、合理规划，并会绘制卖场布局规划图。

学习内容（情境） 专业能力目标

		分任务 11：设计地板	
任务四 策划门店开业	制定开店计划、策划开业典礼	分任务 1：制定开店计划 分任务 2：策划与实施开业典礼 实　　训：	会根据策划方案标准及开业注意事项策划撰写门店开业方案，并进行活动的组织及协调。
任务五 确定门店选址	分析店铺商圈、确定店铺选址	分任务 1：分析店铺商圈 分任务 2：确定店铺选址 实　　训：	能根据门店开发流程及标准、选址技术为店铺进行科学、合理的选址，并撰写商圈调研报告。
综合能力实训项目	以湖南新一佳各门店为载体，综合进行陈列、维护、布局规划、店标、店名设计，分析其选址商圈特征等技能考核。	实训一：调研新一佳门店卖场，掌握其卖场内的商品陈列方法、陈列类型 实训二：新一佳店名、店标设计分析 实训三：绘制新一佳门店的卖场平面图，并根据三原理理论完成制作其磁石点配置图 实训四：为新一佳门店进行开业典礼策划 实训五：为新一佳在柳州市区进行调研选址分析	通过综合进行门店拓展、设计工作的全部流程的实训， 学生能具备独立进行门店拓展、设计、规划工作的综合、完整能力

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
陈列维护商品	6	1	0.5	2	0.5	10
实施店面设计	6	0.5	1	2	0.5	10
规划店内布局	4	0.5	1	4	0.5	10
策划门店开业	2.5	0.5	0.5	2	0.5	5
确定门店选址	8	1.5	1	4	0.5	15
综合能力实训	2	0.5	1.5	6	0.5	10

合计	28.5	4	4.5	20	3	60

二、教学建议

1. 教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备系统的连锁经营、门店开发等的专业知识。

（4）有丰富的连锁企业工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2. 教学组织设计的建议

店铺开发与设计学习情境表 1

教学目标	知识目标： 1.掌握商品品种配置、面积配置及商品位置配置的知识。 2.掌握商品陈列的方法与技术。 3.领会商品陈列的原则。 4.熟悉商品陈列的类型。 5.熟悉商品的维护重点、作业及注意事项。
	技能目标： 1.能根据商品配置的方法及技术，制作商品配置表。 2.能根据商品陈列的原则、方法及技术，熟练进行商品的货架陈列。 3.能根据商品维护的要点、重点及注意事项够熟练进行商品维护作业。
授课时数	10 课时，其中理论 8 学时，实训 2 学时。
教学内容	分项任务 1：配置商品。 分项任务 2：陈列商品。 分项任务 3：维护商品。
教学重点	1.商品的品种配置、面积配置及位置； 2. 商品配置表管理； 3. 商品陈列的基本理论，陈列的方法与技术
教学方法	讲解、示范、角色模拟、任务驱动
教学过程设计	案例导入——任务驱动——讲解——小组讨论——小结点评

店铺开发与设计学习情境表 2

教学目标	知识目标： 1.熟悉店面设计的类型及店面外观的类型。 2.掌握超市招牌的设计方法。 3.掌握超市店名设计方法。 4.掌握超市店标设计技巧。 5.领会超市橱窗的设计方法。 6.了解超市停车场与楼梯的设计方法。
	技能目标：

	1.能够根据店标的设计原则、方法，初步设计较具创意、较为新颖的门店店标及招牌。 2.能根据橱窗设计的要点、方法及标准，初步具备对门店橱窗的评判及审美能力。
授课时数	10 课时，其中理论 8 课时，实训 2 课时。
教学内容	分项任务 1：超市店面设计认知 分项任务 2：设计超市招牌 分项任务 3：设计超市店名及字体 分项任务 4：设计超市店标 分项任务 5：设计超市橱窗 分项任务 6：设计停车场与楼梯
教学重点	1.超市招牌的设计方法。 2.超市店名设计方法。 3.超市店标设计技巧。
教学难点	超市店标设计技巧。
教学方法	案例分析、理论讲授、任务驱动
教学过程设计	案例导入——任务驱动——讲解——小组讨论——小结点评

店铺开发与设计学习情境表 3

教学目标	知识目标： 1.了解门店卖场设计应遵循的原则。 2.掌握店内货位布局设计三原理 3.懂得入口、出口的设计方法。 4.掌握通道设计的方法。 5.了解陈列设备和陈列用具的设计思路 6.领会收款台与存包处的设计思路。 7.熟悉卖场照明设计要求。 8.懂得色彩设计要求。 9.了解声音与气味的设计效用。 10.了解通风设施的设计效用。
	技能目标： 能够运用卖场货位（商品）布局促销三原理尤其是磁石理论进行相应卖场布局进行科学、合理规划，并会绘制卖场布局规划图。
授课时数	10 学时，其中理论 6 课时，实训 4 学时。
教学内容	分项任务 1：规划店内货位布局。 分项任务 2：出入口设计。 分项任务 3：设计通道。 分项任务 4：设计陈列设备和用具。 分项任务 5：设计服务设施（收款台与存包处）。 分项任务 6：设计照明。

	分项任务 7：设计色彩。 分项任务 8：设计声音与音响。 分项任务 9：设计气味。 分项任务 10：设计通风设施。 分项任务 11：设计地板。
教学重点：	1.店内货位布局设计三原理。 2.出入口的设计方法。 3.通道设计的方法。
教学方法	案例分析、理论讲授、任务驱动
教学过程设计	案例导入——任务驱动——讲解——小组讨论——小结点评

店铺开发与设计学习情境表 4

教学目标	知识目标： 1. 熟悉连锁店开店计划的主要内容。 2. 掌握开业典礼的策划与实施。
	技能目标： 运用所学知识，能够对超市店铺开业典礼进行全面、全程策划，并会撰写开业典礼策划与实施方案 。
授课时数	5 学时，其中理论 3 学时，实训 2 学时
教学内容	分项任务 1：制定开店计划。 分项任务 2：策划与实施开业典礼。
教学重点、难点	1.开业典礼的策划与实施 2.连锁超市门店拓展的策略选择
教学方法	理论讲授、案例教学、任务驱动
教学过程设计	任务驱动——讲解——小组讨论——小结点评

店铺开发与设计学习情境表 5

教学目标：	知识目标： 1.掌握商圈的概念及构成； 2.掌握确定商圈的方法——零售理论法则和饱和理论； 3.了解连锁店铺店址选择的类型。 4.掌握确定门店店址的方法——销售额预测法 5.掌握店铺选址的影响因素。
	技能目标： 能根据门店开发流程及标准、选址技术为店铺进行科学、合理的选址，并撰写商圈调研报告。
授课时数：	15 学时，其中理论 11 学时，实训 4 学时。

教学内容：	分项任务 1：分析店铺商圈 分项任务 2：确定店铺选址
教学重点：	1.商圈的概念及构成。 2.确定商圈的方法：零售理论法则和饱和理论 3.进行地点选择、确定店址——销售额预测法
教学方法	案例分析，任务驱动
教学过程设计：	案例导入——任务驱动——讲解——小组讨论——小结点评

店铺开发与设计学习情境表 6

教学目标	通过综合进行门店拓展、布局规划工作的全部流程的实训， 学生能具备独立进行门店拓展、设计、规划工作的综合、完整能力。
授课时数	10 学时
教学内容	实训一：调研新一佳门店卖场，掌握其卖场内的商品陈列方法、陈列类型。 实训二：新一佳店名、店标设计分析。 实训三：绘制新一佳门店的卖场平面图，并根据三原理理论完成制作其磁石点配置图。 实训四：为新一佳超市门店进行开业典礼策划 实训五：为新一佳超市在柳州市鱼峰区进行调研选址分析。
教学方法	任务驱动、现场展示
教学过程设计	任务驱动——讲解——小组成果展示——师生点评总结

三、教学评价建议

对于门店开发与设计课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求,格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求,成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求,内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务,成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务,成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、	能较好地正确回答问题及分	能正确地回答问题及分析问	能基本正确回答问题及分析

		声音洪亮、反应敏捷	析问题。	题。	问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神,能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照门店开发和设计流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核门店开发和设计的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%

2	实践操作	12、 基本任务完成情况； 13、 小组协作情况； 14、 职业素养的能力； 15、 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以门店开发与设计流程为主线，将门店开发与设计实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

主干教材：《连锁企业门店开发与设计》，王吉方主编，科学出版社，2008 年 8 月。

辅助教材：上海商学院曹静主编的《连锁店开发与设计》（第二版，2008 年 7 月，立信会计工业出版社）。

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国连锁经营协会 http://www.ccfa.org.cn

六、课程资源的利用与开发

利用课程网络资源，既激发学生课程学习的兴趣和动力，也有效地提高了学生各方面的能力，同时也为教师提供了一个教学资源共享和交流的平台。深受师生欢迎。

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：廖伟

审核：

制订日期： 2011.6

2.《连锁企业门店营运与管理》课程标准

课程代码:

课程名称：连锁企业门店营运与管理

英文名称：**Chain-like enterprise gate shop transport business and management**

课程类型:专业核心课程（专业必修课）

总 学 时：60　　讲课学时： 40　　实践学时： 20

学　　分：5

适用对象：连锁经营管理专业

先修课程：连锁经营管理实务、特许经营管理实务、连锁企业信息系统管理

第一部分 前言

一、课程性质和作用

《连锁企业门店营运与管理》属于职业技能课；该课程是连锁经营管理专业的核心课程，它是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论之上的应用科学，其研究对象是以满足消费者需求为中心的连锁门店服务与管理活动过程及其规律性。通过该课程的学习，使学生熟悉连锁企业门店各岗位的作业规范和岗位技能、素质的要求，培养学生掌握连锁企业门店营运各岗位的职责、营运标准、营运程序、营运作业和管理等方面的知识和卖场布局、商品陈列、理货作业、收银客服、促销管理、防损作业等方面的能力；让学生在学习后能较快适应连锁企业门店经营管理工作的内容和流程，提高自身的管理素质，培养和提高学生的理论素质和实践技能，并通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生就业打下坚实的理论基础和职业基础。

二、课程基本理念

以学生为主体，创设职业化教学环境，创新采用体验式教学方法，培养学生的职业素质与能力。

(1)校企合作。与新一佳、步步高、人人乐等国内先进连锁企业合作开发课程，共同设计、组织课程的教学。

(2)课证融合。将国家职业资格技能鉴定标准融入教学体系，使课程教学职业化、技能化。

(3)以学生为主体，教学做结合。以职业素养与技能培养为目标，以学生的学中做、做中学为主线组织教学，体验式教学贯穿始终。

(4)以教师为主导，引导、组织、促进学生协作学习与自主学习。

通过理实一体化教学、工学交替、校外顶岗实习三大模块的立体化整合，实现教、学、做结合。

三、课程设计思路

本课程以学生为主体突出职业能力培养，坚持工学结合，融教、学、做于一体，按照连锁企业门店营运工作过程编排教学内容组织教学。课程的设计思路是：

第一，以职业岗位需求为依据，确定课程目标；

第二，以职业能力为依据、以工作任务为线索确定课程内容；

第三，以典型任务为载体，围绕任务的解决设计教学活动；

第四，根据教学内容和学生特点，选择相应的教学手段和方法；

第五，根据本课程特点和职场岗位的要求设计课程考核标准和考核方式。

课程内容的选取依据连锁企业门店营运流程中的典型工作任务，将课程内容确定为商品管理、服务管理、绩效控制三大模块，门店布局、商品陈列、顾客服务与投诉处理、理货管理、收银管理、促销管理、门店安全与防损、货品管理、门店业绩评价九项典型任务。

第二部分 课程目标

一、总体目标

学生在学习后能较快适应连锁企业门店经营管理工作的内容和流程，提高自身的管理素质，培养和提高学生的理论素质和实践技能，并通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生就业打下坚实的理论基础和职业基础。

二、课程目标

1、职业技能目标：

通过学习该课程，学生全面掌握卖场布局设计、卖场商品配置、排面补货、进存货与理货、收银及顾客投诉处理、商品促销方案的制定与实施、商品盘点及损耗处理等职业技能。

2、知识目标：

理解和掌握门店管理的基本理论、基本知识和基本方法，认识加强对门店各部门管理的重要性，系统地掌握从事连锁企业门店经营与管理的基本方法和策略。了解和掌握连锁企业门店营运管理的各个岗位职责、营运流程、作业标准等知识。

3、职业素质养成目标：

培养顾客意识、形象意识、成本意识、创新意识、法律意识、团队意识、沟通能力、应变能力和良好的心理素质。

4、职业技能证书考核要求：

通过该课程的学习，具备助理连锁经营管理师资格证考试的要求。

第三部分 课程教学内容标准

模块	项目	学习内容	学习目标	**教学（或学生）成果**
服务管理	店面布局	① 店头设计 ② 店内布局 ③ 店内装饰美化	知识： ① 了解店面美化与装饰的基本手段； ② 掌握门店布局形式与合理的通道设计要求。 技能： ① 能够根据门店的定位设计独一无二的店头、店面； ② 能够根据经营定位合理布局店面。	① 电子教案 ② 卖场布局图
	收银管理	① 收银操作规范 ② 收银基础知识 ③ 收银作业	知识： ① 了解收银工作的流程，认识并学会使用收银机； ② 掌握收银礼仪要求； ③ 掌握不同结算方式的特点。	① 电子教案 ② 收银案例

		重点与技巧	技能： ① 具备收银员的素质； ② 熟练操作收银机，灵活使用多种结算方式为顾客结算，能够认真、礼貌的完成收银工作。	
	顾客服务与投诉处理	① 顾客服务类型、项目 ② 顾客投诉的主要类型、顾客投诉的处理程序和方式 ③ 顾客投诉处理技巧 ④ 如何进行顾客服务质量评价	知识： ① 掌握服务礼仪的规范与一般要点； ② 熟记商场文明用语； ③ 掌握个人形象及着装礼仪要求； ④ 掌握职业形象及各不同岗位的岗位职责与礼仪要求； ⑤ 了解顾客异议产生的原因； ⑥ 掌握顾客异议处理的方法、技巧； ⑦ 掌握顾客异议处理的流程； ⑧ 熟悉处理异议的规则。 技能： ① 掌握销售服务礼仪； ② 塑造专业形象； ③ 培养学生成为全能者，销售自己，销售商品，销售门店，销售企业； ④ 关注顾客感受，使学生具备处理各销售环节中可能会遇到的客户异议能力； ⑤ 使学生能够冷静、坦然地化解客户的异议； ⑥ 利用各种异议处理的技巧，摒除与客户的障碍。	① 电子教案 ② 顾客服务案例 ③ 顾客投诉处理方案
商品管理	商品陈列	① 商品陈列的原则、方法和要领； ② 制作商品配置表； ③ 商品陈列的主要设备和工具	知识： ① 掌握陈列的法则； ② 掌握具有吸引力、艺术性的陈列技巧； ③ 掌握卖场陈列的标准化管理方法——商品配置表。 技能： ① 能够根据门店的定位设计商品陈列； ② 设计创新、美化商品的陈列，吸引顾客登门拜访。	① 电子教案 ② 商品配置表 ③ 商品陈列图片、案例
	理货管理	① 理货员的工作职责； ② 理货与补货工作流程； ③ 理货与补货作业管理	知识： 3、了解理货工作流程，理货注意事项； 4、掌握价签的管理标准，补货的流程，理货员的工作职责。 技能： ① 具备理货员的素质，熟练操作理货工作，能够完成理货员岗位的一般工作内容，并能够兼顾顾客服务。	① 电子教案 ② 理货案例
	货品管理	① 门店存货	知识：	① 电子教案

		管理的内容和业务流程； ② 商品盘点的组织及人员分配； ③ 商品盘点作业管理	① 了解商品存货管理的内容和流程； ② 掌握门店盘点的原则、方法、步骤。 技能： ① 能够完成盘点计划与管理工作； ② 能够按照正确的操作流程进行商品要货、验收工作。	② 盘点表 ③ 盘点分析报告
绩效控制	促销管理	① 连锁门店促销活动的意义及常见的促销方式； ② 如何设计促销方案 ③ 促销活动的组织实施及效果评估	知识： ① 认识门店促销的作用； ② 明确促销人员的基本素质要求； ③ 掌握促销人员的职责； ④ 掌握促销计划的制定与实施步骤； ⑤ 掌握促销的方法与技巧。 技能： ① 使学生能够灵活运用各种促销的方法与技巧，为门店制定促销方案； ② 具备现场促销管理的能力。	① 电子教案 ② 促销方案
	门店安全与防损	① 门店损耗产生的原因 ② 门店损耗预防管理办法	知识： ① 掌握门店安全管理的要求； ② 了解商品损耗的原因以及各种损耗的控制方法。 技能： ① 具备门店安全管理能力，能够通过数据分析发现门店商品损耗，并分析损耗原因，进而改进门店营运管理水平。	① 电子教案 ② 防损案例
	业绩评价	① 店长工作职责 ② 门店经营绩效评价的意义； ③ 利用评估指标对经营绩效进行分析； ④ 门店经营绩效改善的常用手段	知识： ① 掌握店长的工作职责； ② 了解零售企业业绩评价体系，顾客满意度评价的方法，零售经营过程评价常用的方法，零售经营财务评价等。 技能： ① 作为店长，能够通过经营数据分析对门店的业绩进行评价，并根据结果制定经营计划。	① 电子教案 ② 绩效分析案例

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
店面布局	4			2		6
收银管理	4		1	1		6

顾客服务与投诉处理	6		2	2		10
商品陈列	4		1	1		6
理货管理	4		2			6
货品管理	4		2	2		8
促销管理	4			2		6
门店安全与防损	4		2			6
业绩评价	4		2			6
合计	38		12	10		60

二、教学建议

1. 教材编写建议

连锁企业门店运营管理是一门专业核心课程，适合高职使用的教材比较多。选用由王亿南、杨高英主编的《连锁门店运营管理》作为教材，比较好地解决了教材问题。

首先，该教材编写水平高，是全国高职高专教育精品规划教材。教材内容以理论知识和技能实训相融合为切入点，以认知和能力训练为核心，以构建知识体系和能力训练体系为主线，以体现时代性、立体性和动态性为要求、达到以学生为主体、有所创新、有所特色、适应高职教学的开发目标。力求符合高等职业教育的特点和要求，明确知识教学体系和能力教学训练体系。重构基础、反映前沿、突出重点，全教材具有可读性、趣味性、实践性、层次性。

其次，教材强化了案例教学和实训环节，突出以学生为本、能力为先的观念，通过大量的能力训练，使学生实践和接触专业的机会提高，大大增强了动手能力和分析问题解决问题的能力，符合当今高职教育的要求和发展趋势。

2. 教学建议

《连锁门店运营管理》理论性比较强，这些给教学带来了很大难度，但在教师的精心安排下，学生的学习积极性非常高，在课堂上能做到与老师互动，认真听讲、提问、回答问题以及认真做笔记等等；老师在课堂上理论联系实际，以案例教学为主，对于重点和热点问题的分析比较透彻，而且绝大多数老师讲课方式灵活，这门课的教学手段应该多样化，演讲、讨论、看电教片等，提高了学生的学习兴趣。

3. 教学评价

关注评价的多元性，将课堂提问、学生作业、平时测验、项目考核、技能目标考核作为平时成绩，占总成绩的 30%；将理论考试和实际操作作为期末成绩，占总成绩的 70%。同时应注意学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

4. 教学资源利用

注重实训指导书和实训教材的开发和应用。注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，如多媒体教室的应用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多

媒体资源的共享，以提高课程资源利用效率。

积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、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，使教学从单一媒体向多媒体转变；教学活动从信息的单向传递向双向交换转变；学生单独学习向合作学习转变。同时应积极创造条件搭建远程教学平台，扩大课程资源的交互空间。

连锁企业门店营运与管理学习情境表 1

学习领域	连锁企业门店营运与管理	**总课时：60**
学习情境 1	店面布局	**课时：** 6

教学目标	通过学习情境 1 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够根据门店的定位设计独一无二的店头、店面； 2、能够根据经营定位合理布局店面。		
学习任务	1、了解卖场布局的意义； 2、掌握连锁门店的店面设计技巧； 3、熟悉连锁门店布局的基本要求、原则； 4、掌握连锁门店货架布局形式、通道设计原则、布局技巧。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息； 3、通过课堂学习、课外资料收集等完成设计卖场布局图。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学生对学习卖场布局的兴趣，及对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握门店布局的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计卖场布局的能力。 **结果考核：** 卖场布局图。	讨论教学法	0.5

连锁企业门店营运与管理学习情境表 2

学习领域	连锁企业门店营运与管理	**总课时：60**

学习情境 2	收银管理	**课时：** 6
教学目标	通过学习情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够熟练操作 POS 机； 2、能通过不同的方法把商品的信息正确录入。 3、能把商品进行很好的分类，并进行装袋。 4、能够正确的使用收银员的礼貌用语，和顾客很好的沟通。	
学习任务	1、熟悉收银员的工作职责和收银流程； 2、如何搞好金钱管理。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘、pos 收银机	
其他信息	教材配套光盘	

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学习收银服务的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握收银服务的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、收银服务的能力。 **结果考核：** 收银服务案例分析结果。	讨论教学法	0.5

连锁企业门店营运与管理学习情境表 3

学习领域	连锁企业门店营运与管理	**总课时：60**

学习情境 3	顾客服务与投诉处理		**课时：** 10
教学目标	通过学习情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1、能为顾客提供优质服务； 2、能够对顾客投诉进行快速、合理的处理。		
学习任务	1、连锁企业顾客服务的类型和顾客服务项目的主要内容； 2、常见的顾客投诉的主要类型、顾客投诉的处理程序和方式； 3、顾客服务质量评价的内容和方法。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学习顾客服务的知识点。	讲授法 启发式教育法	1
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握顾客服务的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	6
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	2
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、顾客服务的能力。 **结果考核：** 顾客服务案例分析结果。	讨论教学法	1

连锁企业门店营运与管理学习情境表 4

学习领域	连锁企业门店营运与管理	**总课时：60**

学习情境 4	商品陈列	**课时：** 6
教学目标	通过学习情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1、能够制作商品配置表； 2、能够掌握商品陈列的方法和要领； 3、能够对卖场的商品陈列进行分析； 4、会使用商品陈列的主要设备和工具。	
学习任务	1、商品配置 2、商品陈列的设备和用具的使用 3、掌握商品陈列的方法和要领	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘	
其他信息	教材配套光盘	

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学习商品陈列的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握商品陈列的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 现场教学法	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、商品陈列的能力。 **结果考核：** 某卖场商品陈列分析 ppt 演示。	讨论教学法	0.5

连锁企业门店营运与管理学习情境表 5

学习领域	连锁企业门店营运与管理	**总课时：60**

学习情境5	理货管理	**课时：** 6
教学目标	通过学习情境5的学习，使学生具备以下能力： 1、能通过货架的检查知道货架现有商品信息； 2、能根据商品陈列要求制定商品补货的数量； 3、能根据取货要求，填写正确的取货单，到库房取货； 4、能使用标价器对商品在正确位置打价； 5、能在商品陈列位置把商品陈列上架。 6、能正确记录上架商品的数量、日期等相关信息。	
学习任务	1、理货员的工作职责、理货流程， 2．领货作业流程， 3．标价作业流程，标价器的正确使用， 4．变价作业流程， 5．补货作业流程， 6．表格的正确填写，理货作业的记录	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘	
其他信息	教材配套光盘	

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学习理货管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握理货管理的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 现场教学法	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、理货的能力。 **结果考核：**模拟理货作业，学生体验实际的理货工作过程：卖场巡视－商品补充－内仓取货－标价－ 补货陈列。	讨论教学法	0.5

连锁企业门店营运与管理学习情境表6

学习领域	连锁企业门店营运与管理	**总课时：60**

学习情境6	货品管理		课时： 8
教学目标	通过学习情境6的学习，使学生具备以下能力： 1、能通过门店经营状况制定订货计划； 2、能根据商品验收的标准对商品进行验收； 3、能根据盘点制度进行盘点作业； 4、能够进行初盘、复盘工作； 5、能和团队的其他员工分工协作，能进行较好的沟通。		
学习任务	1、订货的作业流程， 2、进货的作业流程； 3、收货的作业管理； 4、退换货作业； 5、调拨作业； 6、盘点作业流程； 7、盘点前需要作的准备工作； 8、盘点过程的记录； 9、盘点后的处理工作。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	工 作 过 程	教学方法建议	学时
导　入	教师通过相关案例，导入学习货品管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握货品管理的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 现场教学法	6
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、订货能力、盘点能力。 **结果考核：** 盘点表、盘点分析报告	讨论教学法	0.5

连锁企业门店营运与管理学习情境表7

学习领域	连锁企业门店营运与管理	总课时：60

学习情境 7	促销管理		**课时：** 6
教学目标	通过学习情境 7 的学习，使学生具备以下能力： 1、能根据不同的节日、不同的季节制定不同的促销计划； 2、能够进行 POP 广告的设计； 3、会对促销结果进行检核； 4、能和团队的其他员工分工协作，能进行较好的沟通。		
学习任务	1、促销方案的设计； 2、促销活动的组织； 3、卖场的促销的方式； 4、POP 广告及制作； 5、促销活动的评估。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学习促销管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握促销管理的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 现场教学法	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、促销策划能力，方案执行能力。 **结果考核：**促销策划方案。	讨论教学法	0.5

连锁企业门店营运与管理学习情境表 8

学习领域	连锁企业门店营运与管理	**总课时：60**

学习情境 8	门店安全与防损	**课时：** 6
教学目标	通过学习情境 8 的学习，使学生具备以下能力： 1、能发现卖场存在的安全隐患； 2、能够提出安全的预防方法； 3、能根据商品的不同制定不同的防损办法； 4、能和团队的其他员工分工协作，能进行较好的沟通。	
学习任务	1、发生安全事故的主要原因。 **2、**建立安全作业小组。 3、安全项目的管理 4、意外事件及其应对措施。 5、卖场、收银部门、日常损耗管理 6、卖场偷窃事件的防范与处理 7、防盗性的卖场布局与商品陈列。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘	
其他信息	教材配套光盘	

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学习门店安全预防损的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握门店安全预防损的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 现场教学法	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、促销策划能力，方案执行能力。 **结果考核：**防损案例分析。	讨论教学法	0.5

连锁企业门店营运与管理学习情境表 9

学习领域	连锁企业门店营运与管理	**总课时：60**

学习情境9	业绩评价		**课时：** 6
教学目标	通过学习情境9的学习，使学生具备以下能力： 1、能够进行评估指标的计算； 2、能够团队协作，很好的沟通，		
学习任务	1、卖场的经营目标； 2、卖场经营目标的评价内容； 3、卖场经营绩效评估指标分析； 4、店长工作职责。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学习业绩评价的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握业绩评价的相关知识和技能。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示 现场教学法	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、促销策划能力，方案执行能力。 **结果考核：**绩效评价案例分析。	讨论教学法	0.5

三、教学评价建议

对于连锁企业门店营运与管理课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项	建议考核方式	评价标准

目分值比		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

《连锁企业门店运作与管理》是一门考试课程，课程考核采用理论考核和实践考核相结合的方式。理论考核部分采用闭卷考试方式，考试题型不得少于四种，可采用选择题、判断题、简答题、案例分析题、论述题等。实践部分分组考核，以实训目的为主要依据，结合学生实训的态度和出勤情况由指导老师对学生完成任务的质量、态度、自我评价等情况进行考核。整个课程理论考核部分占 70%，实践能力考核部分占 30%，具体比例如下表：

序号	名　称		考试课
一	理论部分考核	期末考试	60%
		作业成绩	5%
		出勤情况	5%
		小计	70%
二	课内实践考核	回答问题	5%
		实训报告	10%
		实操表现	10%
		实训出勤和工作态度	5%

		小计	30%
合计			100%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以供应链管理流程为主线，将供应链管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

（1）胡启亮:《连锁企业门店营运管理》，北京，科学出版社，2008 年出版

（2）郑昕:《连锁门店运营管理》，北京，机械工业出版社，2008 年出版

（3）曹泽洲:《连锁企业门店运营与管理(21世纪高职高专规划教材)/市场营销系列》，北京，北京交通大学出版社，2008年版

（4）陆影《连锁门店营运与管理实务(高职高专创新).》，东北财经大学出版社，2009年版

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

联商网 http://www.linkshop.com.cn/

中国连锁经营协会：http://www.ccfa.org.cn/index.jsp

超商网：http://www.ccsm.com.cn/

课程标准制订人：何卫华

审核：

制订日期： 2012.11

3.《连锁经营管理》课程标准

课程代码:0104007

课程名称：连锁经营管理实务

英文名称：

课程类型:专业核心课程（专业必修课）

总 学 时：60　讲课学时： 40　　实践学时： 20

学　　分：3

适用对象：连锁管理专业

后修课程：　市场营销实务　店铺开发与设计

第一部分 前言

一、课程的性质和作用

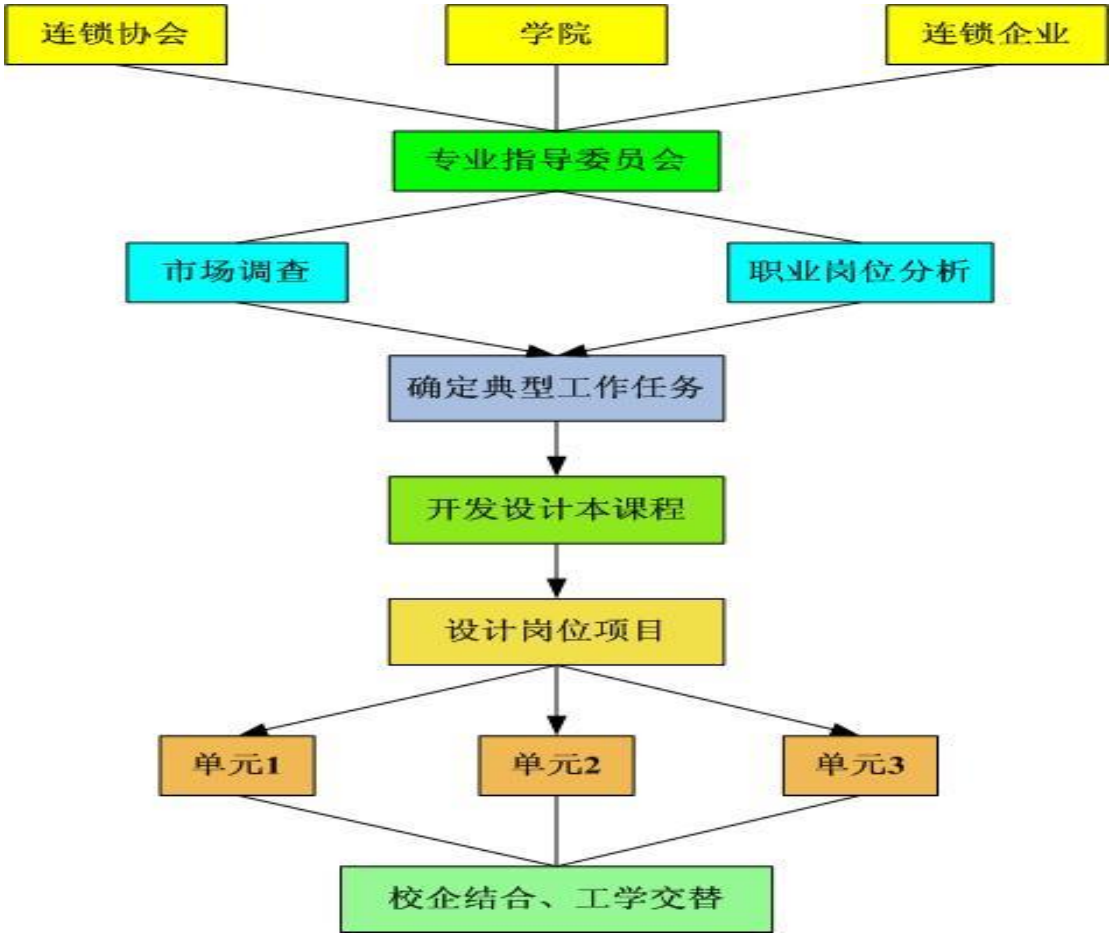
本课程是一门技能性、实践性很强的主干课程，是本专业的核心必修课，同时也是工商企业管、物流管理和市场营销等专业的专业选修课。它是一门理论与实践紧密结合，知识与技能并重的综合课程。按照“基础扎实、知识面宽、能力强、素质高、富有创新精神”的人才培养要求，课程设计在强调教学内容的专业性、系统性的同时，注重课程的实践性与适应性，体现高职教育以能力为本的理念。

本课程根据连锁管理、物流管理专业的人才培养目标、职业岗位定位、课程体系之间的联系和连锁经营管理的发展需要确定的。课程定位是培养学生掌握从事连锁超市与门店的人、财、物、信息和商品的进、锁、存、盘各环节的管理，即培养在企业一线既懂超市管理业务又熟悉商品营销业务。学生就业范围是：连锁商业企业、服务企业、工业企业营销部门、物流公司。

二、课程基本理念

根据连锁经营管理的职业岗位定位，“工学交替、岗位轮替、能力递升”的人才培养模式和“订单式”的培养途径，本课程的设计理念是：基于工作任务和实际工作项目，突出能力培养。即根据企业的要求和连锁经营管理的课程特色，以连锁门店店长的工作任务和工作项目为导向，以能力培养为主线，来设计本课程的教学内容与教学方法手段。

三、课程设计思路



第二部分 课程目标

一、总体目标

本课程在教学过程中，培养学生的综合连锁管理素质。使学生掌握连锁管理的基本概念和理论，连锁体系构建，连锁管理理论在组织管理、采购、营运、物流、信息系统质量保证等方面的运用。使学生建立起连锁经营管理的知识结构。

二、分类目标

1.知识目标

培养能够掌握现代商业管理基本原理，以及与现代连锁经营相适应的理财、营销、物流、法律等综合知识。

2.能力目标

学习能力：学习新概念、掌握新技术、获取新知识能力

工作能力：调研与组织协调能力，较强的市场意识，富有团队精神和良好的沟通能力，提出工作方案，完成工作计划的能力。

创新思维能力：按顾客要求，提出安全有效，最佳解决方案的能力。

3. 素质目标

培养具有合格的政治素养、公民道德和职业道德素质、较强的事业心、敬职、敬岗和健康的身心素质的，具备较强的现代管理技能的高素质技能型人才。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	教学（或学生）成果
1	连锁经营概述	①连锁经营的概念、特征、发展历史 ②我国连锁经营概述 ③主要类型和发展条件	知识： ①掌握连锁管理的发展历程；了解发展现状；掌握连锁的含义与特点。 ②掌握连锁管理的概念 掌握连锁管理要解决的主要问题。 技能： ①学会查找和搜集资料、； ②对企业进行调研（围绕连锁管理的概念、作用、发展现状及改进方向等内容）； ③具备自主学习的能力。	①连锁管理基本知识电子教案； ②连锁管理时代背景视频信息；
2	连锁经营的主要业态	① 连锁经营的零售业态 ② 连锁经营的其它类型业态	知识： ⑧ 掌握连锁的零售业态特点； ⑨ 了解连锁经营的其它类型业态的特点 技能： ①能够根据要求正确定义不同业态的连锁； ②能够区分不同类型业态的连锁	①连锁经营主要业态的电子教案 ②几种常见的连锁业态 ③相关案例分析结果
3	连锁经营的组织与主要管理系统	① 总部的管理系统 ② 门店、配送中心的管理系统	知识： ①了解连锁企业的组织结构特点；管理系统特点； ②掌握连锁管理环境下门店、配送中心的管理系统。 技能： ①利用门店的管理系统对门店进行管理 ②利用配送中心的管理系统进行管理。	①连锁经营的组织与主要管理系统的电子教案； ②案例分析结论
4	商品采购管理技术	①商品知识 ②采购技术	知识： ⑯ 了解最基本的商品知识； ⑰ 了解连锁采企业购流程； ⑱ 掌握连锁企业的采购技术。 技能： ①利用商品知识进行商品的质量评价； ②利用采购知识进行连锁企业的商品采购	①商品采购管理技术课件； ②连锁企业采购案例
5	物流管理技术	① 物流管理含义 ② 物流管理技术	知识： ① 了解物流管理的含义和内容 ② 了解物流管理的技术	① 物流管理技术课件 ② 连锁企业物流

			技能： ① 利用物流管理知识熟悉连锁的物流流程； ② 利用物流管理技术对连锁企业进行物流优化：	案例
6	信息管理技术	① 管理信息系统知识 ② ECR 知识	知识： ① 了解管理信息系统的知识 ② 了解 ECR 系统 技能： ① 很好地运用管理信息系统 ② 利用管理信息系统优化连锁企业的管理	① 信息管理技术课件 ② 连锁企业管理信息系统案例
7	连锁经营质量保证体系	① 连锁经营质量保证体系知识; ② 连锁经营质量保证体系运行条件	知识： ① 了解连锁企业质量保证体系知识 ② 熟悉连锁经营质量保证体系运行条件 技能： ① 熟悉连锁经营质量体系； ② 运用连锁经营质量体系。	① 连锁经营质量保证体系电子课件 ② 连锁经营质量保证体系案例

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

课程	学习情境（项目）	学时分配
连锁经营管理	学习情境（项目） 1. 连锁经营概述	8
	学习单元（子项目） 1. 连锁经营的概念、特征	4
	2.主要类型和发展条件	4
	学习情境（项目） 2. 连锁经营的主要业态	8
	学习单元（子项目） 1. 连锁经营的零售业态	4
	2. 连锁经营的其它类型业态	4
	学习情境（项目） 3. 连锁经营的组织与主要管理系统	8
	学习单元（子项目） 1. 总部的管理系统	4
	2. 门店、配送中心的管理系统	4

	学习情境（项目） 4. 商品采购管理技术	10
	学习单元（子项目） 1. 商品知识	4
	2. 采购技术	6
	学习情境（项目） 5. 物流管理技术	10
	学习单元（子项目） 1. 物流管理含义	4
	2. 物流管理技术	6
	学习情境（项目） 6. 信息管理技术	8
	学习单元（子项目） 1. 管理信息系统知识	4
	2. ECR 知识	4
	学习情境（项目）7. 连锁经营质量保证体系	8
	学习单元（子项目） 1. 连锁经营质量保证体系知识	4
	2. 连锁经营质量保证体系运行条件	4
总计		60

二、教学建议

1. 教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备系统的连锁管理的专业知识。

（4）有丰富的工商企业工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2. 教学组织设计的建议

教学组织设计建议见连锁经营管理学习情境

学习情境（项目）	连锁经营管理概述	**参考学时**	8
学习目标			
知识目标： 1. 掌握连锁经营的基本含义、特征；			

2. 了解连锁经营发展历程;;
3. 掌握连锁经营的主要类型和发展条件。
能力目标：
1. 初步培养对连锁经营的感悟；
2. 能认识连锁经营的主要类型；
3. 认知并有意识培养自己的连锁经营管理素质；
4. 能运用连锁经营管理理论分析与解决实际管理问题。

学习单元（子项目）		教学方法建议
单元名称（子项目名称）	载体	
1. 连锁经营的概念、特征	多媒体	讲授、案例分析
2. 主要类型和发展条件	多媒体	讲授、案例分析

学习情境（项目）	连锁经营的主要业态	参考学时	8

学习目标

知识目标：
1. 掌握连锁经营的主要业态；
2. 熟悉零售业态发展的最新管理趋势。
能力目标：
1. 具有初步应用连锁经营理论对主要业态分析与处理实际管理问题的能力；
2. 促进自身连锁经营管理理念的更新。

学习单元（子项目）		教学方法建议
单元名称（子项目名称）	载体	
1. 连锁经营的零售业态	多媒体	案例导入、讲授
2. 连锁经营的其它类型业态	多媒体	案例导入、讲授、典型案例分析

学习情境（项目）	连锁经营的组织与主要管理系统	参考学时	8

学习目标

知识目标：
1. 理解连锁经营的组织结构；
2. 掌握各类连锁企业的组织特点及其应用条件；
能力目标：
1. 培养一定的连锁企业组织结构分析能力；

学习单元（子项目）		教学方法建议
单元名称（子项目名称）	载体	

1. 总部的管理系统	多媒体	讲授、案例分析
2. 门店、配送中心的管理系统	多媒体	**讲授、案例分析**

学习情境（项目）	商品采购管理技术	**参考学时**	10

学习目标

知识目标：
1. 掌握商品知识的基本内容；
2. 了解采购技术的内容及影响因素；
3. 掌握采购的方法；

能力目标：
1. 能对连锁企业采购技术进行分析并提出完善意见。

学习单元（子项目）		**教学方法建议**
单元名称（子项目名称）	**载体**	
1. 商品知识	多媒体	讲授、案例分析
2. 采购技术	多媒体	**讲授、案例分析**

学习情境（项目）	物流管理技术	**参考学时**	10

学习目标

知识目标：
1. 理解物流管理的概念及实质；
2. 熟悉物流管理技术；

能力目标：
1. 能了解物流管理的技术。

学习单元（子项目）		**教学方法建议**
单元名称（子项目名称）	**载体**	
1. 物流管理含义	多媒体	讲授、案例分析
2. 物流管理技术	多媒体	**讲授、案例分析**

学习情境（项目）	信息管理技术	**参考学时**	8

学习目标

知识目标：
1. 了解信息管理的概念、作用；

<table>
<tr><td colspan="4">2．掌握信息管理的技术；
3．了解 ECR 的含义；
4．理解 ECR 在企业中的运用。
能力目标：
1．培养初步的信息管理能力；
2．培养运用信息管理技术的能力。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习单元（子项目）</td><td colspan="2" rowspan="2">教学方法建议</td></tr>
<tr><td>单元名称（子项目名称）</td><td>载体</td></tr>
<tr><td>1．管理信息系统知识</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>2．ECR 知识</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>学习情境（项目）</td><td colspan="2">连锁经营质量保证体系</td><td>参考学时</td><td>8</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标</td></tr>
<tr><td colspan="5">知识目标：
1．了解连锁经营质量保证的概念、作用；
2．掌握连锁经营质量保证的体系；
能力目标：
1．培养初步的连锁经营质量保证能力；</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习单元（子项目）</td><td colspan="2" rowspan="2">教学方法建议</td></tr>
<tr><td>单元名称（子项目名称）</td><td>载体</td></tr>
<tr><td>1．连锁经营质量保证体系知识</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>2．连锁经营质量保证体系运行条件</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
</table>

。

三、教学评价建议

对于连锁经营管理课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任	积极、及时完成教师布置的任	能积极完成教师布置的任务，	能积极完成教师布置的任务

		务，任务完成质量高	务,成员能积极参与	成员能积极参与	
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神,能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照连锁经营管理流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核连锁经营管理的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65%）、学习态度（20%）、总结表达（10%）、团队合作（10%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	16、 基本任务完成情况； 17、 小组协作情况； 18、 职业素养的能力； 19、 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以供应链管理流程为主线，将供应链管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

浙江大学出版社《连锁经营管理》，东北财经大学出版社《连锁经营管理》，机械工业出版社《连锁经营管理原理与实务》；同事配合多种案例视频、文字材料进行教学。

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国连锁网 http://www.dv37.com/

六、课程资源的利用与开发

利用课程网络资源，既激发学生课程学习的兴趣和动力，也有效地提高了学生各方面的能力，同时也为教师提供了一个教学资源共享和交流的平台。深受师生欢迎。

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

刘小莲

4.《生鲜食品经营与管理实务》课程标准

课程代码:

课程名称：生鲜食品连锁经营与管理实务

英文名称：

课程类型：核心连锁经营管理课程（专业必修课）

总 学 时：36　讲课学时： 28 实践学时： 8

学　　分：2

适用对象：连锁经营管理专业

先修课程：连锁经营管理实务 商品养护技术 连锁企业信息管理系统 市场营销实务

第一部分 前言

一、课程的性质和作用

《生鲜食品经营与管理实务》是连锁经营管理专业的核心课， 通过本课程的学习和训练：使学生了解生鲜各岗位的工作流程和工作要求，熟悉生鲜商品知识，掌握生鲜陈列技巧、成本核算方法，能根据生鲜商品特点、节庆主题设计卖场促销方案，有效控制生鲜损耗，提高生鲜经营毛利。在本课程的教学中，通过工学结合、任务驱动、项目导向的教学模式的应用，将学生就业中必须具备的创新、质量、快速反应意识和团队合作、相互沟通、自我学习的职业素养贯穿于课程的整个教学过程中，从而对学生的职业素养的培养起到很好的促进作用。同时，它起到一个起到承前启后作用，在学习商品养护、市场营销实务课程的基础上，为店铺开发与设计、连锁企业门店运营与管理等后续课程进行有效铺垫。

二、课程基本理念

1.基于工作过程开发课程

加强校企合作，通过对职业行动领域工作过程的跟踪调研，并吸收企业专家的建议，以真是业务为依托，实现课程教学内容的“模块化、实战化、任务化”。

2.基于行动导向组织课程教学，突出学生的能力培养

通过行动导向的教学模式，强调学生学习的主体性，教、学互应，学、做结合，着重培养学生的专业能力、方法能力和社会能力，即综合职业能力，能从容应用于未来的职业中。

3.多元化评价方式，促进学生不断发展

在评价结构上，突出过程性评价，对学生阶段性学习成果及时进行评价，促进学生的自主学习和发展；在评价方式上，强调学生自我评价、相互评价和教师评价并重，提高学生学习的兴趣，同时培养学生合作、诚信等良好品质。

三、课程设计思路

1、强调“校企深度融合”

我院连锁经营管理专业，通过与步步高连锁商业股份有限公司、新一佳商业股份有限公司、人人乐连锁集团股份公司等企业的密切合作，实现以共育高技能人才、共建专业、共同开发课程、共建共

享实训基地、共享校企人才资源、共同开展应用研究与技术开发等“六共”为主要内容的校企深度融合。

在《生鲜食品经营与管理实务》课程设计的全过程中，校企共同确定课程的典型工作任务和职业能力，共同明确本课程的教学目标（理论知识、能力和职业素养），共同确定学习情境，并参与教学内容的选择和排序、教学模式研讨、教学方法以及学生学习特点分析，考核标准的制定。从而确保了课程整体设计更好地突出职业能力培养，并进一步体现职业性、实践性和开放性。在“边学边做边练”中实现校企共育人才。

2、强调“以职业能力培养为重点”

课程设计中不仅要充分考虑完成岗位（群）需要的职业能力，还要充分考虑学生的身心发展特点，合理运用学习迁移理论，科学选择教学媒介，灵活运用不同教学方法，并充分利用现代信息技术调动学生主动参与教学活动，做到爱学、会学、会用。

树立起协调、合作的思想观念和全球竞争意识，将学生的可持续发展能力培养需求贯穿于职业能力培养之中。从而使学生走上工作岗位后，能够利用在校期间习得的知识和经验，为提高企业供应链管理的绩效并最终增强企业的核心竞争力做出贡献。

3、强调“以就业为导向”

以就业为导向，服务为宗旨，将为就业服务的理念融入课程改革和课程建设中，通过与行业企业合作进行基于工作过程的课程开发与设计，更充分地体现了职业性、实践性和开放性的要求。我们在解剖生鲜工作流程的基础上，针对各生鲜工作岗位的核心技能，以理论知识够用，突出培养实际操作技能来开发《生鲜食品经营与管理实务》课程。

第二部分 课程目标

一、总体目标

通过本课程的学习，使学生了解生鲜各岗位的工作流程和工作要求，熟悉生鲜商品知识，掌握生鲜陈列技巧、成本核算方法，能根据生鲜商品特点、节庆主题设计卖场促销方案，有效控制生鲜损耗，提高生鲜经营毛利。并养成诚实、守信、吃苦耐劳的品德，养成善于动脑、勤于思考，及时发现问题的学习习惯；能与同事进行良好的沟通，有良好的团队合作意识。

二、分类目标

1．学生知识结构目标

（1）了解生鲜各岗位的工作流程和工作要求

（2）熟悉生鲜商品知识。

（3）掌握生鲜陈列技巧、成本核算方法。

（4）掌握影响生鲜损耗的因素

（5）掌握卖场促销知识。

2．学生专业能力目标

（1）能根据超市商圈特点和经营定位，制定生鲜经营计划和策略；

（2）能根据生鲜商品的特点，进行成本核算、损耗控制。

（3）能根据季节和节庆日主题制定卖场生鲜促销方案，组织促销活动。

3.方法能力目标

（1）具有较好的学习新知识和新技能的能力；

（2）具有制订工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；

（3）具有获取和使用信息的能力。

4.社会能力目标

（1）具有良好的职业道德；

（2）具有良好的沟通、交流以及处理人际关系的能力；

（3）诚信品质、敬业精神、责任意识和遵纪守法意识。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	**教学（或学生）成果**
1	认识生鲜商品	①生鲜经营在超市中的重要作用 ②超市生鲜经营的竞争优势 ③生鲜商品经营范围 ④生鲜商品知识	知识： ①掌握生鲜经营在超市中的特点、作用、发展趋势及对策。 ②掌握生鲜商品的种类、感官质量检验、营养价值等知识。 技能： ①会设计生鲜经营状况调研方案，能对超市生鲜经营定位情况进行调研。 ②能根据质量标准，对生鲜商品进行感官质量检验。 ③会运用食品营养知识，为顾客科学选购、烹调、食用生鲜食品提供咨询。	①生鲜食品经营与管理实务电子教案； ②超市生鲜经营品种、陈列布局等视频信息；
2	生鲜商品鲜度管理	①生鲜商品保鲜原理； ②蔬果、肉品、水产品、熟食、面包保鲜方法。	知识： ①了解生鲜商品保鲜基本原理。 ②熟悉影响生鲜商品鲜度质量的因素。 技能： ①能运用生鲜商品保鲜原理，分析影响所经营的生鲜商品质量的主要因素，制定鲜度管理细则。 ②能根据超市现有条件，采用科学的保鲜方法确保所经营的生鲜商品质量；	①生鲜食品经营与管理实务的电子教案 ②相关案例分析结果
3	生鲜商品陈列管理	①生鲜商品陈列原则、要求。 ②生鲜商品陈列基本方法；	知识： ①了解生鲜商品陈列与销售的关系； ②熟悉生鲜商品陈列标准； ③掌握生鲜商品陈列的基本方法和技巧；	①生鲜食品经营与管理实务的电子教案； ②实习超市生鲜陈

		③生鲜商品陈列与销售的关系。	技能： ①能根据季节变化和节庆促销主题，设计陈列方案； ②能通过改进陈列布局、提高陈列技巧，增加生鲜销售额。	列特色分析报告；
4	生鲜商品卖场促销	①生鲜商品促销的种类和方式； ②生鲜商品促销作业流程； ③生鲜商品促销活动的运营实施：	知识： ①熟悉生鲜商品促销的种类、方式和特点； ②熟悉生鲜商品促销作业流程，各环节注意的问题； ③掌握促销计划的制定、促销方案的撰写、促销商品的组织、工作人员匹配等知识。 技能： ①能根据季节、节令、商品、促销主题等制定全年的生鲜促销计划； ②能制定主题明确，符合商品特点，适应季节变化和节令要求的促销方案； ③能组织促销方案的实施。	①生鲜食品经营与管理实务的电子教案； ②促销实施方案；
5	生鲜商品损耗管理	①生鲜商品成本核算； ②生鲜商品损耗的种类； ③生鲜商品损耗控制的方法；	知识： ①熟悉报损流程； ②了解损耗发生的原因； ③掌握控制损耗的方法； 技能： ①会进行生鲜毛利成本核算； ②能根据目标损耗率标准制定防损计划，落实防损措施，确保最终毛利率达标。	①生鲜食品经营与管理实务的电子教案； ②防损案例。

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
认识生鲜商品	4			2		6
生鲜鲜度管理	4					4
生鲜收货、验货程序及标准	2			2		4
生鲜订货、补货管理	2					2
生鲜陈列管理	4					4
生鲜卖场促销	4			2		6
生鲜成本核算、定价和变价管理	5			1		6

生鲜损耗控制	3		1			4
合计	28		3	10		36

二、教学建议

1.教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备生鲜商品和连锁经营管理的专业知识。

（4）有丰富的工商企业工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

教学组织设计建议见生鲜食品经营与管理实务学习情境 表1~表8。

生鲜食品经营与管理实务学习情境表 1

学习领域	生鲜食品经营与管理实务		**总课时：**36
学习情境 1	认识生鲜商品		**课时：** 6
教学目标	通过学习情境 1 的学习，使学生具备以下能力： 1、会设计生鲜经营状况调研方案，能对超市生鲜经营定位情况进行调研。 2、能根据质量标准，对生鲜商品进行感官质量检验。 3、会运用食品营养知识，为顾客科学选购、烹调、食用生鲜食品提供咨询。		
学习任务	1、了解我国超市生鲜经营现状； 2、掌握超市生鲜经营状况调查方法； 3、熟悉蔬果、肉品、水产品、熟食、面包的品种知识； 7、了解各类生鲜商品的营养价值。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息； 3、通过课堂学习、课外资料收集等完成学习认识生鲜商品知识内容的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学生对学习生鲜商品知识的兴趣，及对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握我国超市生鲜经营的现状和大类生鲜商品的品种、营养价值等知识。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能读掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计超市生鲜经营情况调查表能力。 **结果考核：**生鲜商品品种识别。	讨论教学法	0.5

生鲜食品经营与管理实务学习情境表 2

学习领域	**生鲜食品经营与管理实务**		**总课时：**36
学习情境 2	生鲜鲜度管理		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 2 的学习，使学生具备以下能力： 1、能运用生鲜商品保鲜原理，分析影响所经营的生鲜商品质量的主要因素，制定鲜度管理细则。 2、能根据超市现有条件，采用科学的保鲜方法确保所经营的生鲜商品质量；		
学习任务	1、了解生鲜商品保鲜原理； 2、掌握蔬果、肉品、水产品、熟食、面包保鲜方法。 3、熟悉影响生鲜商品鲜度质量的因素。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得各类生鲜商品保鲜的知识； 3、通过课外与社会、同学完成学习生鲜商品鲜度管理的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入生鲜鲜度管理的知识点	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能对各类生鲜商品采取科学的保鲜措施，确保生鲜商品质量。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3
检　查	1、任务完成，学生能掌握各类生鲜商品保鲜方法。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、某商品供应链结构成果展示。 **结果考核：**蔬果保鲜技巧。	讨论教学法	

生鲜食品经营与管理实务学习情境表 3

学习领域	**生鲜食品经营与管理实务**		**总课时：**36
学习情境 3	生鲜收货、验货程序及标准		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 3 的学习，使学生具备以下能力： 1、能对各类生鲜商品进行感官质量识别； 2、能按照合同的质量要求识别生鲜商品的质量和品级； 3、能熟练填写商品收货单据。		
学习任务	1、生鲜商品的感官质量标准； 2、生鲜商品的感官质量识别方法； 3、生鲜商品的验货。收货程序；		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关相关内容； 3、通过课外与社会、同学交流学习，完成掌握该项目知识点的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入生鲜收货、验货程序及标准的知识点	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握生鲜收货、验货。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握生鲜收货、验货程序及标准的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、游戏总结。 **结果考核：**生鲜商品感官质量鉴别。	讨论教学法	

生鲜食品经营与管理实务学习情境表 4

学习领域	**生鲜食品经营与管理实务**		**总课时：**36
学习情境 7	生鲜订货、补货管理		**课时：**2
教学目标	通过学习情境 4 的学习，使学生具备以下能力： 1、能根据销售和库存情况制作订货补货单； 2、能利用信息系统下达订货补货单。		
学习任务	1、最大库存、最小库存计算方法； 2、订货、补货操作程序； 3、信息管理系统：		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关生鲜订货、补货管理的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入供应链管理系统	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生会根据销售和库存情况订货、补货。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	1 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握生鲜订货、补货管理的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、考核学生的分析解决实际问题能力。 **结果考核：**最大库存、最小库存计算。	讨论教学法	

生鲜食品经营与管理实务学习情境表 5

学习领域	**生鲜食品经营与管理实务**		**总课时：**36
学习情境 5	生鲜商品陈列管理		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 5 的学习，使学生具备以下能力： 1、能根据季节变化和节庆促销主题，设计陈列方案； 2、能通过改进陈列布局、提高陈列技巧，增加生鲜销售额。		
学习任务	1、了解生鲜商品陈列与销售的关系； 2、熟悉生鲜商品陈列标准； 3、掌握生鲜商品陈列的基本方法和技巧；		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得生鲜商品陈列管理的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对生鲜商品陈列管理的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生具备生鲜商品陈列管理的能力。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握生鲜商品陈列管理的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、对超市生鲜经营情况进行调研，撰写调研报告。 **结果考核：**生鲜商品陈列技巧展示	讨论教学法	

生鲜食品经营与管理实务学习情境表 6

学习领域	**生鲜食品经营与管理实务**		**总课时：**36
学习情境 5	生鲜商品卖场促销		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 6 的学习，使学生具备以下能力： 1、能根据季节、节令、商品、促销主题等制定全年的生鲜促销计划； 2、能制定主题明确，符合商品特点，适应季节变化和节令要求的促销方案； 3、能组织促销方案的实施。		
学习任务	1、熟悉生鲜商品促销的种类、方式和特点； 2、熟悉生鲜商品促销作业流程，各环节注意的问题； 3、掌握促销计划的制定、促销方案的撰写、促销商品的组织、工作人员匹配等知识。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得生鲜商品卖场促销的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对生鲜商品卖场促销重要性的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生具备生鲜商品卖场促销的能力。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握生鲜商品卖场促销的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、对超市生鲜经营情况进行调研，撰写调研报告。 **结果考核：**生鲜商品卖场促销方案展示	讨论教学法	

生鲜食品经营与管理实务学习情境表 7

学习领域	**生鲜食品经营与管理实务**		**总课时：**36
学习情境 5	生鲜成本核算、定价和变价管理		**课时：**6
教学目标	通过学习情境 7 的学习，使学生具备以下能力： 1、能进行生鲜商品成本核算； 2、能进行生鲜商品价格调研。 3、能根据竞争对手及销售情况提出变更价格的意见，并操作实施。		
学习任务	1、影响生鲜商品成本的因素； 2、成本核算的方法和技巧； 3、影响商品价格的因素； 4、定价的原则、变价的理由。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得生鲜成本核算、定价和变价管理的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对生鲜成本核算、定价和变价管理重要性的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生具备生鲜成本核算、定价和变价的能力。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	5 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握生鲜成本核算、定价和变价管理的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、对超市生鲜经营情况进行调研，撰写调研报告。 **结果考核：**生鲜商品价格调研方案展示	讨论教学法	

生鲜食品经营与管理实务学习情境表 8

学习领域	**生鲜食品经营与管理实**		**总课时：**36
学习情境 5	生鲜损耗控制		**课时：**4
教学目标	通过学习情境 8 的学习，使学生具备以下能力： ①会进行生鲜毛利成本核算； ②能根据目标损耗率标准制定防损计划，落实防损措施，确保最终毛利率达标。		
学习任务	1、熟悉报损流程； 2、了解损耗发生的原因； 3、掌握控制损耗的方法；		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得生鲜损耗控制的知识； 3、通过课外与社会、同学交流学习，进一步加深掌握该项目知识点。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过案例的引入，导入学生对生鲜损耗控制重要性的认识，然后对本项目相应内容进行概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关的知识。	案例教学法 讲授法 启发式教育法	0.5 课时
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成，学生具备生鲜损耗控制的能力。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	3 课时
检　查	1、任务完成，学生能掌握生鲜损耗控制的知识点。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	0.5 课时
评　估	**过程考核：** 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、对超市生鲜经营情况进行调研，撰写调研报告。 **结果考核：**防损方案的展示	讨论教学法	

三、教学评价建议

对于超市生鲜经营情况课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，考核学生的职业技能；通过考核生鲜食品经营与管理的一些规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例％
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	20、 基本任务完成情况； 21、 小组协作情况； 22、 职业素养的能力； 23、 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以供应链管理流程为主线，将供应链管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《超市生鲜食品管理》　童光森 李想主编　复旦大学出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

联商网 http://www.linkshop.com.cn/

六、课程资源的利用与开发

利用课程网络资源，既激发学生课程学习的兴趣和动力，也有效地提高了学生各方面的能力，同时也为教师提供了一个教学资源共享和交流的平台。深受师生欢迎。

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：易能

审核：

制订日期： 2012.4

5.《特许经营管理实务》课程标准

课程代码:
课程名称：特许经营管理实务
英文名称：Franchise management
课程类型:专业核心课程（专业必修课）
总 学 时：48　讲课学时：34　实践学时： 14
学　　分：3
适用对象：连锁管理专业
后修课程：消费者行为学、推销与谈判、商品陈列技巧、连锁门店营运、连锁企业商品采购、生鲜食品经营与管理、销售服务与管理、广告实务等。

第一部分 前言

一、课程设计的背景、性质和作用

“特许经营管理”课程设计以连锁经营管理专业二年级学生为教学对象，建议时间安排在第二学年的第二学期。他们前期已经修完的专业课程主要有零售管理、连锁经营原理、门店营运管理、采购管理、品类管理及促销管理，后续课程为连锁经营技能的拔高训练。

“特许经营管理”是连锁经营管理专业的一门专业核心课程，是实现职业店长人才培养目标和特许加盟创业团队培养目标的专业技能课程之一。通过本课程的学习，可以使学生熟练掌握特许经营的基本概念、体系机构及一般性原则，理解并掌握特许经营的本质属性、熟悉特许经营的法律法规，并且可以初步掌握特许经营体系设计、推广和加盟的一般性流程、步骤和方法。

从课程性质讲，它是在学习了大部分门店运作的专业课之后所开设的融合了经济学、管理学和法学等多个学科领域，将知识产权、系统论、供应链管理、投资创业等一系列前沿的经济管理理论加以运用的一门综合性课程，因此需要具备跨学科驾驭知识的能力，同时还需要学生掌握系统化思维的方法，提高分析问题和解决问题的能力。

二、课程基本理念

根据特许经营管理的职业岗位定位，“工学交替、岗位轮替、能力递升”的人才培养模式和“订单式”的培养途径，本课程的设计理念是：基于工作任务和实际工作项目，突出能力培养。即根据企业的要求和特许经营管理的课程特色，以加盟连锁门店店长、特许加盟创业团队两个工作任务和工作项目为导向，以能

力培养为主线，来设计本课程的教学内容与教学方法手段。

三、课程设计思路

总体设计思路：打破以概念、原理等知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以现实工作过程和工作任务为中心组织课程内容；让学生在具体项目过程中通过完成相应的工作任务，从而掌握特许经营管理的理论知识与能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，以工作项目为主线，设计工作任务，以此为主线选取完成工作任务所需要的理论知识，同时根据高等职业教育对理论知识学习的需要，重点培养学生的实践动手能力。教学过程中，深入贯彻“工学结合”的教育模式，通过与各类工商企业等校外企业合作，校内实训基地建设等多种途径，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。

具体设计思路：基于特许经营过程的一般性流程为主线，学生以 5-6 人组成一个特许加盟创业团队，根据各自的创业设想具体选择加盟的项目并加以实施。

第二部分 课程目标

一、总体目标

本课程在教学过程中，使学生学习和掌握特许经营管理的基本概念和理论，特许经营体系的构建的一般性流程、步骤和方法以及注意事项，特许经营体系的运营管理与推广、招募及经营合同与法律实务，使学生建立起特许经营管理的知识结构。帮助学生掌握系统化的思维方法，提高分析问题和解决问题的能力，并使学生能进行全面的特许加盟创业能力评估，并能准确定位。

二、分类目标

1.知识目标

使学生掌握特许经营管理的基本概念和理论，以及与特许经营相适应的规划、管理、设计、推广、法律等综合知识。

2.能力目标

学习能力：学习新概念、掌握新技术、获取新知识能力

工作能力：培养学生特许经营的市场分析能力，包括定位自我、分析加盟行业、选择加盟行业；具体实施的能力，包括调查评鉴总部、签订加盟合同、商圈调查选址、获取经营资格；运营管理的能力，包括店面设计、店铺开业、处理好与特许商的关系等。

创新思维能力：按顾客要求，提出安全有效，最佳解决方案的能力。

3.素质目标

培养具有合格的政治素养、公民道德和职业道德素质，引导树立远大理想，

培养较强的事业心和爱岗敬业的精神，培养认真的态度，坚持的品质，思考的习惯，使之具备较强的现代管理技能的高素质技术技能型人才。

第三部分 课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	教学（或学生）成果
1	特许经营的概念与基础知训练	①特许经营的定义、本质与分类 ②特许经营与其他模式辨析 ③特许经营的优势与劣势 ④特许经营的基本原则	知识： ①掌握特许经营的基本概念、分类及基本原则。 ②通过特许经营与其他经营模式的比较，了解特许经营与其他模式的异同；了解特许经营的优势和劣势。 技能： ①学会查找和搜集资料、； ②对企业进行调研（围绕特许经营的概念、本质、分类等内容）； ③具备自主学习的能力。	①特许经营管理概念与基础知识电子教案； ②特许经营企业案例或视频信息。
2	特许经营的发展历史与现状	特许经营的发展历史 全球特许经营发展现状 ③特许经营在我国的发展状况	知识： 了解特许经营的发展历史和发展阶段； 了解特许经营在海外的发展现状，熟悉美国、日本等国家特许经营现状； 了解我国特许经营发展历程、前景和面临的问题，了解《商业特许经营管理条例》出台背景，熟悉《条例》的关键要点。 技能： ①能够寻找出我国特许经营发展与美、日等海外国家特许经营发展的差距； ②学会思考怎样面对我国特许经营面临的挑战。	①特许经营的发展历史与现状的电子教案 ②《商业特许经营管理条例》 ③相关案例分析结果
3	特许经营企业战略规划	特许经营可行性分析 特许经营战略规划	知识： 理解特许经营可行性研究的重要性和特许经营战略规划的意义； 熟悉特许经营可行性研究的内容方法	特许经营企业战略规划的电子教案； 案例分析结论； 职业指导分析结论。

			以及特许经营战略规划的内容； 技能： ①利用 SWOT 分析法和波特五力模型分析特许经营的可行性； ②会撰写特许经营可行性报告。	
4	特许经营单店模式设计	单店概念与类型 单店设计的原则与思路 单店赢利模式的提炼与设计 单店运营模式与形象识别系统设计 特许经营操作手册的作用与编制	知识： 了解和熟悉单店的类型、特点、形象识别系统等基本知识； 理解单店与业态的关系，单店模式设计的基本原则； 掌握单店赢利模式和运营模式的提炼和设计的思路与方法。 技能： ①单店赢利模式提炼和设计； ②单店运营模式提炼和设计。	①特许经营单店模式设计课件； ②单店赢利、运营模式及形象识别案例 ③职业指导
5	特许经营加盟模式设计	特许加盟模式概述 特许经营权的设计 特许经营授权模式选择 特许经营费用设计	知识： 熟悉特许加盟模式的概念、意义及设计原则； 理解特许经营权的概念、构成、设计原则等基本知识； 掌握特许授权模式的特征。 技能： 利用特许授权模式的特征及要考虑的关键因素来选择合适的模式； 掌握特许经营费用设计。	特许经营加盟模式设计课件 特许加盟模式案例 ③职业指导
6	特许经营总部管理系统建设	特许经营总部的组织建设 特许经营培训系统建设 特许经营供应链管理与信息系统建设	知识： 熟悉和理解特许经营总部的定位、职能、流程和制度建设的思路与方法 了解组织结构设计原则，熟悉特许经营总部组织结构的特点 理解培训系统对特许经营的重要意义，掌握培训的基本知识 了解和熟悉特许经营体系供应链管理和管理信息化建设的基本知识。	特许经营总部管理系统建设课件 特许经营培训、供应链及信息系统案例 ③职业指导

			技能： 运用特许经营总部组织结构与部门职能设计基本思路与方法进行组织结构设计与部门职能设计。 学会开展特许经营培训工作，并能结合特许企业现状灵活运用。	
7	特许经营推广与加盟招募	特许经营发展与推广规划 特许经营推广渠道与策略 特许经营推广招募流程与关键环节	知识： 熟悉和理解加盟商模型的概念、意义和基本内容； 了解和熟悉特许经营推广招商实施的流程、步骤； 了解和熟悉加盟商评估的内容和方法。 技能： 学会对特许经营推广进行文本策划； 灵活运用各种媒体、展会、因特网、店面等渠道进行特许经营的推广； 能进行加盟店选址调查与评估。	特许经营推广与加盟招募电子课件 特许经营推广与加盟招募案例 ③职业指导
8	特许经营体系运营管理	①特许经营体系运营督导管理 ②特许经营关系管理 ③特许经营体系持续改进与创新	知识： ①了解和熟悉特许经营运营督导管理的概念、定位、意义及基本职能； ②明确特许经营关系管理的重要性，熟悉特许经营关系 的基本内涵和特征； ③了解特许经营体系持续改进与创新的必要性。 技能： ①运用特许经营关系督导常用方法和工具进行督导； ②运用所学知识对特许经营体系进行改进与创新。	①特许经营体系运营管理的电子教案； ②特许经营体系运营管理的案例； ③职业指导。
9	特许经营合同与法律实务	①特许经营法律概述 ②特许经营中的知识产权保护 ③特许经营合同	技能： ①了解和熟悉特许经营所涉及的法律法规； ②熟悉特许经营相关的商标、商号、专利、著作权及商业秘密等知识产权保护	①特许经营合同与法律实务的电子教案； ②特许经营合同与法律实务的案例； ③职业指导。

		④特许经营信息披露	的方法； ③了解熟悉特许经营合同的基本知识。	
			技能： ①运用特许经营合同基本知识签订特许经营合同； ②通过了解相关法律对特许经营信息披露的要求和内容，掌握信息披露的方法。	

第四部分 课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

课程	学习情境（项目）		学时分配
特许经营管理实务	学习情境（项目一） 特许经营的概念与基础知训		4
	学习单元（子项目）	a、特许经营的定义、本质与分类	1
		b、特许经营与其他模式辨析	1
		c、 特许经营的优势与劣势	1
		d、特许经营的基本原则	1
	学习情境（项目二） 特许经营的发展历史与现状		2
	学习单元（子项目）	a. 特许经营的发展历史与现状	1
		b.特许经营在我国的发展状况	1
	学习情境（项目三） 特许经营企业战略规划		6
	学习单元（子项目）	a. 特许经营可行性分析	4（含实训 2 学时）
		b. 特许经营战略规划	2
	学习情境（项目四） 特许经营单店模式设计		6
	学习单元（子项目）	a. 单店概念、类型与单店设计的原则思路	2
		b. 单店赢利模式与单店运营模式	4（含实训 2 学时）
	学习情境（项目五） 特许经营加盟模式设计		6
	学习单元（子项目）	a.特许加盟模式概述与特许经营权的设计	2
		b.特许经营授权模式选择与特许经营费用设计	4（含实训 2 学时）

特许经营管理实务	学习情境（项目六） 特许经营总部管理系统建设		6
	学习单元（子项目）	a. 特许经营总部的组织建设	3（含实训 2 学时）
		b. 特许经营培训系统建设	2
		c.特许经营供应链管理与信息系统建设	1
	学习情境（项目七） 特许经营推广与加盟招募		6
	学习单元（子项目）	a. 特许经营发展与推广规划	1
		b. 特许经营推广渠道与策略	3（含实训 2 学时）
		c.特许经营推广招募流程与关键环节	2
	学习情境（项目八）特许经营体系运营管理		6
	学习单元（子项目）	a.特许经营体系运营督导管理	2
		b.特许经营关系管理	1
		c.特许经营体系持续改进与创新	3（含实训 2 学时）
	学习情境（项目九）特许经营合同与法律实务		6
	学习单元（子项目）	a. 特许经营法律概述与知识产权保护	1
		b.特许经营合同	4（含实训 2 学时）
		c. 特许经营信息披露	1

二、教学建议

1.教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（3）具备系统的特许经营管理的专业知识。

（4）有较丰富的企业工作经验。

（5）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

特许经营管理实务学习情境

学习情境（项目）	特许经营的概念与基础知训	**参考学时**	4
学习目标：			
知识目标：			

1.掌握特许经营的基本概念、分类及基本原则；
2.通过特许经营与其他经营模式的比较，了解特许经营与其他模式的异同；
3.了解特许经营的优势和劣势。

能力目标：

1. 初步培养对特许经营的感悟及培养自己的特许经营管理素质意识；
2. 培养查找和搜集资料等自主学习的能力；
3. 对企业进行调研（围绕特许经营的概念、本质、分类等内容）；

学习单元（子项目）		教学方法建议
单元名称（子项目名称）	载体	
1. 特许经营的定义、本质与分类	多媒体	讲授、案例分析
2. 特许经营与其他模式辨析	多媒体	讲授、案例分析
3. 特许经营的优势与劣势	多媒体	讲授、案例分析
4.特许经营的基本原则	多媒体	讲授、案例分析

学习情境（项目）	特许经营的发展历史与现状	参考学时	2

学习目标：

知识目标：

1. 了解特许经营的发展历史和发展阶段；
2.了解特许经营在海外的发展现状，熟悉美国、日本等国家特许经营现状；
3.了解我国特许经营发展历程、前景和面临的问题，了解《商业特许经营管理条例》出台背景，熟悉《条例》的关键要点。

能力目标：

1.能够寻找出我国特许经营发展与美、日等海外国家特许经营发展的差距；
2.学会思考怎样面对我国特许经营面临的挑战。

学习单元（子项目）		教学方法建议
单元名称（子项目名称）	载体	
1.特许经营的发展历史与现状	多媒体	案例导入、讲授
2.特许经营在我国的发展状况	多媒体	案例导入、讲授、典型案例分析

<table>
<tr><td>学习情境
（项目）</td><td colspan="2">特许经营企业战略规划</td><td>参考学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：</td></tr>
<tr><td colspan="5">知识目标：
1.熟悉特许经营可行性研究的内容方法以及特许经营战略规划的内容；
2.理解特许经营可行性研究的重要性和特许经营战略规划的意义。
能力目标：
1. 利用 SWOT 分析法和波特五力模型分析特许经营的可行性；
2. 会撰写特许经营可行性报告。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习单元（子项目）</td><td colspan="3" rowspan="2">教学方法建议</td></tr>
<tr><td>单元名称（子项目名称）</td><td>载体</td></tr>
<tr><td>1.特许经营可行性分析</td><td>多媒体</td><td colspan="3">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>2. 特许经营战略规划</td><td>多媒体</td><td colspan="3">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>学习情境
（项目）</td><td colspan="2">特许经营单店模式设计</td><td>参考学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：</td></tr>
<tr><td colspan="5">知识目标：
1.了解和熟悉单店的类型、特点、形象识别系统等基本知识；
2.解单店与业态的关系，单店模式设计的基本原则；
3.掌握单店赢利模式和运营模式的提炼和设计的思路与方法。
能力目标：
1. 单店赢利模式提炼和设计；
2.单店运营模式提炼和设计。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习单元（子项目）</td><td colspan="3" rowspan="2">教学方法建议</td></tr>
<tr><td>单元名称（子项目名称）</td><td>载体</td></tr>
<tr><td>1. 单店概念、类型与单店设计的原则、思路</td><td>多媒体</td><td colspan="3">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>2. 单店赢利模式与单店运营模式</td><td>多媒体</td><td colspan="3">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>学习情境
（项目）</td><td colspan="2">特许经营加盟模式设计</td><td>参考学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：</td></tr>
<tr><td colspan="5">知识目标：</td></tr>
</table>

1. 理解特许经营权的概念、构成、设计原则等基本知识；
2.熟悉特许加盟模式的概念、意义及设计原则；
3.掌握特许授权模式的特征。

能力目标：

1. 利用特许授权模式的特征及要考虑的关键因素来选择合适的模式；
2.掌握特许经营费用设计。

学习单元（子项目）		教学方法建议
单元名称（子项目名称）	**载体**	
1. 特许加盟模式概述与特许经营权的设计	多媒体	讲授、案例分析
2. 特许经营授权模式选择与特许经营费用设计	多媒体	讲授、案例分析

学习情境（项目）	特许经营总部管理系统建设	**参考学时**	6

学习目标：

知识目标：

1. 熟悉和理解特许经营总部的定位、职能、流程和制度建设的思路与方法
2.了解组织结构设计原则，熟悉特许经营总部组织结构的特点
3.了解和熟悉特许经营体系供应链管理和管理信息化建设的基本知识。
4.理解培训系统对特许经营的重要意义，掌握培训的基本知识

能力目标：

1.运用特许经营总部组织结构与部门职能设计基本思路与方法进行组织结构设计与部门职能设计；
2. 学会开展特许经营培训工作，并能结合特许企业现状灵活运用。

学习单元（子项目）		教学方法建议
单元名称（子项目名称）	**载体**	
1. 特许经营总部的组织建设	多媒体	讲授、案例分析
2. 特许经营培训系统建设	多媒体	讲授、案例分析
3. 特许经营供应链管理与信息系统建设	多媒体	讲授、案例分析

<table>
<tr><td>学习情境
（项目）</td><td colspan="2">特许经营推广与加盟招募</td><td>参考学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：</td></tr>
<tr><td colspan="5">知识目标：
1．熟悉和理解加盟商模型的概念、意义和基本内容；
2.了解和熟悉特许经营推广招商实施的流程、步骤；
3.了解和熟悉加盟商评估的内容和方法。
能力目标：
1．灵活运用各种媒体、展会、因特网、店面等渠道进行特许经营的推广；
2. 学会对特许经营推广进行文本策划；
3.能进行加盟店选址调查与评估。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习单元（子项目）</td><td colspan="2" rowspan="2">教学方法建议</td></tr>
<tr><td>单元名称（子项目名称）</td><td>载体</td></tr>
<tr><td>1. 特许经营发展与推广规划</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>2. 特许经营推广渠道与策略</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>3.特许经营推广招募流程与关键环节</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境
（项目）</td><td colspan="2">特许经营体系运营管理</td><td>参考学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：</td></tr>
<tr><td colspan="5">知识目标：
1．了解和熟悉特许经营运营督导管理的概念、定位、意义及基本职能；
2.明确特许经营关系管理的重要性，熟悉特许经营关系 的基本内涵和特征；
3.了解特许经营体系持续改进与创新的必要性。
能力目标：
1. 运用特许经营关系督导常用方法和工具进行督导；
2．运用所学知识对特许经营体系进行改进与创新。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习单元（子项目）</td><td colspan="2" rowspan="2">教学方法建议</td></tr>
<tr><td>单元名称（子项目名称）</td><td>载体</td></tr>
<tr><td>1. 特许经营体系运营督导管理</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
<tr><td>2. 特许经营关系管理</td><td>多媒体</td><td colspan="2">讲授、案例分析</td></tr>
</table>

3. 特许经营体系持续改进与创新	多媒体	讲授、案例分析	
学习情境（项目）	特许经营合同与法律实务	**参考学时**	6
学习目标：			
知识目标： 1.了解和熟悉特许经营所涉及的法律法规； 2. 熟悉特许经营相关的商标、商号、专利、著作权及商业秘密等知识产权保护的方法； 3.了解熟悉特许经营合同的基本知识。 **能力目标：** 1．运用特许经营合同基本知识签订特许经营合同； 2.通过了解相关法律对特许经营信息披露的要求和内容，掌握信息披露的方法。			
学习单元（子项目）		**教学方法建议**	
单元名称（子项目名称）	**载体**		
1. 特许经营法律概述与知识产权保护	多媒体	讲授、案例分析	
2. 特许经营合同	多媒体	讲授、案例分析	
3. 特许经营信息披露	多媒体	讲授、案例分析	

三、教学评价建议

对于特许经营管理实务课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1、作品成果（60%）	教师评价	作品成果或作业非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	作品成果或作业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	作品成果或作业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	作品成果或作业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务

3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照特许经营管理流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核特许经营管理的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评

及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	基本任务完成情况； 小组协作情况； 职业素养的能力； 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	1、单选题 2、多选题 3、判断题 4、计算分析题 5、论述题	考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以供应链管理流程为主线，将供应链管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

电子工业出版社《特许经营实务》，科学出版社《特许经营管理实务》，；同时配合多种案例视频、文字材料进行教学。

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

创新商业模式研究 http://houlaoshi.bokee.com

中国连锁经营协会 http://www.ccfa.org.cn

国际特许经营协会 http://www.franchise.org

美国企业家杂志 http://www.entrepreneur.co

新浪特许频道 http://www.sinatx.com

连锁与特许杂志 http://www.3216.com

商务部特许经营信息管理系统 http://txjy.syggs.mofcom.gov.cn

六、课程资源的利用与开发

利用课程网络资源，既激发学生课程学习的兴趣和动力，也有效地提高了学生各方面的能力，同时也为教师提供了一个教学资源共享和交流的平台。深受师生欢迎。

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：陈晖

审核：

制订日期：

6.《连锁企业采购管理》课程标准

课程代码:

课程名称：连锁企业采购管理

英文名称：

课程类型：核心课程（专业必修课）

总 学 时：26　　讲课学时： 16　　实践学时： 10

学　　分：2

适用对象：连锁企业与管理专业

先修课程：连锁经营管理实务、连锁企业信息管理系统、商品养护技术

第一部分　前言

一、课程性质

本课程是一门介绍连锁企业采购相关知识的课程。通过对本门课程的学习，使学生在了解各类连锁企业采购理论知识的基础上，能够掌握和运用采购的技巧、方法，并使它们处于最佳状态。

本课程是连锁经营与管理专业的专业必修课，同时也是理论性与实践性均较强的一门综合性课程，教学中要求理论必须与实践密切结合。

通过本门课程的学习，使学生对连锁经营与管理领域中的采购有一个比较全面的认识，并为进一步学习研究连锁经营与管理、进行连锁企业采购实务操作打下一个良好的基础。

二、基本理念

连锁企业采购课程要面向全体学生，注重素质教育。课程特别强调要关注每个学生的情感，激发他们学习的兴趣，帮助他们建立学习的成就感和自信心，使他们在学习过程中提高人文素养，增强实践能力，培养创新精神。

本课程倡导目标驱动型的教学模式，强调问题解决和创新实践。结合学生的专业实际，引导学生自主选择、拟定和实施采购招标书，提供拓展内容，调动学生的主观能动性，挖掘学生潜力，在教师的指导和引导下，通过实践、参与和合作等方式，实现任务目标，感受成功。在学习过程中进行情感和策略调整，发挥学生的想象力和创造力，以形成积极的学习态度，促进连锁经营与管理综合应用操作能力的提高。

三、课程标准制定思路

本课程的设计思路是以培养应用型本科人才为指导思想，通过本门课程的学习，使学生在掌握采购业务知识的同时，能够掌握更多的相关知识，使学生不仅可以面向应用岗位，也可以面向管理岗位。根据这一指导思想，将连锁经营与管

理专业所涉及到的采购基础知识内容，分解成若干教学内容，在理论课中，注重对学生素质的培养，在实践课程中，注重对学生应用技能的培养，通过理论与实际相结合的教学方式，使学生能够得到全面发展，为培养应用型本科人才打下坚实基础。

本课程的课程标准在制定过程中严格把握学生学习该课程的基本标准，所以在研制前期要充分对学生的基础、起点，应用型本科人才的培养要求和培养目标等进行调研、分析，经过校内外专家（包括本校任课教师、兄弟院校教学同行、企业相关人士等）进行探讨分析，确定应用性本科人才对本课程的掌握和学习的最低标准或基本标准，然后在本专业实施，对存在的问题或标准的高低等进行修订、改进。

第二部分　课程目标

一、总体目标

通过工学结合、校企合作方式培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握采购管理的基本知识与能力，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力。并通过理论、实践相结合的教学方式，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有采购管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型连锁经营与管理专门人才，以适应市场对连锁经营与管理人才的需求。

二、具体目标

1.理解采购的基本概念和内容

2.理解采购管理的基本概念和内容

3.理解采购基本流程

4.掌握采购申请步骤与方法

5.掌握供应商的选择和管理方法

6.理解招标采购流程，掌握招标采购方法

7.掌握采购谈判技巧，学会采购谈判的组织与管理

8.掌握电子商务采购的步骤与方法

第三部分课程教学内容标准

编号	学习情境	学习内容	学习目标	作业成果
1	采购管理概述	1.采购概念与分类 2.采购管理（概念、目标、职能、内容） 3.采购管理与库存控制	知识： 1.掌握采购的概念；采购的类型、一般采购过程； 2.了解采购合同所包含的基本内容； 3.掌握采购和采购管理的区别； 4.采购管理的职能和目标； 5.库存控制在采购管理中的地位和作用。	
			技能： 能够描述采购管理的职能和目标	
2	采购申请与需求分析	1.采购申请 2.采购需求分析 3.ABC 分析法	知识： 1.要求掌握采购申请的方法和物料需求计划、物资消耗定额和采购需求预测的分析方法； 2.掌握 ABC 分析方法的原理； 3.掌握 ABC 分析法在采购管理当中的应用。	根据企业所需，填写采购申请单
			技能： 1.学会填写采购申请保证基本无误； 2.能够利用 ABC 分析法分析采购物料的重要性	
3	供应商选择与管理	1.供应商管理概述 2.供应商调查 3.供应商开发 4.供应商考核 5.供应商选择 6.供应商的使用、激励与控制	知识： 1.了解供应商管理的含义，目的和基本环节； 2.掌供应商的使用、激励与控制商开发的步骤； 3.了解供应商考核的指标体系； 4.掌握供应商选择方法，能够对供应商的使用、激励和控制有较深的理解。	分组调查：供应商调查与选择。
			技能： 1.能够准确详填写供应商的详细资料； 2.学会使用网络搜索查阅资料，能在有效时间内查到有效资料； 3.能够描述供应商选择的方法。	
4	招标采购管理	1.招标采购管理概述 2.招标文件 3.投标文件 4.评价体系	知识： 1.掌握招标采购方法和程序； 2.了解招标文件和投标文件的内容； 3.了解评标体系；	分小组进行撰写采购投标书

		5.《招标投标法》简介	4.理解招标采购评标考核体系中权重的确定； 5.了解招标的相关法律知识。	
			技能： 能够独立搜集相关资料，并能独立撰写招标书，在答辩时能说出关键所在。	
5	采购谈判	1．采购谈判概述 2．采购谈判程序 3.采购谈判的组织实施 4．采购谈判的策略 5．采购谈判的技巧	知识： 1.了解采购谈判的内容及其特点； 2.掌握采购谈判的程序； 3.掌握如何组织实施采购谈判基本掌握采购谈判的策略和技巧。	全班分小组进行模拟采购谈判
			技能： 1.编写采购谈判材料； 2.运用各种谈判策略与技巧，能够说出采购谈判的程序，能够流利地与对方讨价还价。	
6	电子商务采购	1.电子商务采购概述 2.电子商务采购	知识： 1.电子商务的概念、种类和特点； 2.电子商务的功能及其应用系统的构成； 3.在企业采购活动中如何有效实施电子商务，节约采购成本； 4.实际工作中电子商务采购的功能实现与运作模式。	
			技能： 能够一次性顺利地进行网上购书（物），并能说出电子商务中的关键之处，能够分析区别电子商务与物流的关系。	

第四部分　课程实施建议

一、各教学环节学时分配建议

教学单元	讲课	实践	其他	合计
采购管理概述	2	1		3
采购申请与需求分析	4	1		5
供应商选择与管理	4	2		6
招标采购管理	2	2		4
采购谈判	2	2		4
电子商务采购	2	2		4

合　计	16	10		26

二、教学建议

1、教师的基本要求

（1）大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

（2）具备一定的企业经营管理实践经验。

（3）具备系统的创业和企业管理知识。

（4）具有良好的职业道德和责任心。

2.教学组织设计的建议

教学组织设计建议见创业学学习情境表 1~表 6。

学习情境 1	采购管理概述		**课时：** 3
教学目标	知识目标： 1.掌握采购的概念，采购的类型、一般采购过程； 2.了解采购合同所包含的基本内容； 3.掌握采购和采购管理的区别； 4.采购管理的职能和目标； 5.库存控制在采购管理中的地位和作用。 技能目标：能够描述采购管理的职能和目标。		
学习任务	结合国内外采购与供应管理现状，全面了解国内外采购与供应管理的最新理论，并能分析国内或省内某一大中型企业采购与供应管理模式。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得有关的信息； 3、通过课堂教学、课外参与社会实践完成学习认识采购管理内容的任务。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	教师通过相关案例，导入学生对学习采购与供应管理的兴趣，及对整个课程内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。	讲授法 启发式教育法	0.3
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，完成后小组互评，并组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握国内外采购与供应	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	1.5

	管理现状的相关知识。		
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.2

连锁企业采购管理学习情境表 1

学习情境 2	采购申请与需求分析	**课时：**5
教学目标	知识目标： 1.要求掌握采购申请的方法和物料需求计划、物资消耗定额和采购需求预测的分析方法； 2.掌握 ABC 分析方法的原理； 3.掌握 ABC 分析法在采购管理当中的应用。 技能目标： 1.学会填写采购申请保证基本无误； 2.能够利用 ABC 分析法分析采购物料的重要性。	
学习任务	能利用 ABC 等最常用的方法对采购需求进行分析，再根据需求填制采购申请单。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得社会上各大公司的采购单模式等信息。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘	
其他信息	教材配套光盘	

教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入采购申请与需求分析的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完	任务驱动教学法	3

	成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能正确分析某公司具体采购需求之分析。	讨论教学法 多媒体演示	
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

连锁企业采购管理学习情境表 2

学习情境 3	供应商选择与管理		**课时：**6
教学目标	知识目标： 1.了解供应商管理的含义，目的和基本环节； 2.掌供应商的使用、激励与控制商开发的步骤； 3.了解供应商考核的指标体系； 4.掌握供应商选择方法，能够对供应商的使用、激励和控制有较深的理解。 技能目标： 1.能够准确详填写供应商的详细资料； 2.学会使用网络搜索查阅资料，能在有效时间内查到有效资料； 3.能够描述供应商选择的方法。		
学习任务	学生通过学习，能对供应商进行调查，并能根据需求开发新的供应商和对供应商进行考核，选择并进行相应的激励和控制。		
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外和社会实践进行供应商调查活动。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**

导　入	通过相关案例导入供应商选择与管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生组建小组并对供应商展开调查，能根据需求对供应商做出正确的选择，并能有效激励、控制供应商。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	4
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

连锁企业采购管理学习情境表 3

连锁企业采购管理学习情境表 4

学习情境 4	招标采购管理	**课时：**4
教学目标	知识目标： 1.掌握招标采购方法和程序； 2.了解招标文件和投标文件的内容； 3.了解评标体系； 4.理解招标采购评标考核体系中权重的确定； 5.了解招标的相关法律知识。 技能目标：能够独立搜集相关资料，并能独立撰写招标书，在答辩时能说出关键所在。	
学习任务	学生通过学习，能熟练掌握招标采购的基本流程及其评价体系。并根据实际情况，独立撰写采购招标书和投标书。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论及社会调查活动了解公司招标采购的基本流程。	
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件	
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘	

其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入招标采购管理的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能了解招标文件和投标文件的基本内容，并能撰写相应的招投标书。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

连锁企业采购管理学习情境表 5

学习情境 5	采购谈判	**课时：**4
教学目标	知识目标： 1.了解采购谈判的内容及其特点； 2.掌握采购谈判的程序； 3.掌握如何组织实施采购谈判基本掌握采购谈判的策略和技巧。 技能目标： 1.编写采购谈判材料； 2.运用各种谈判策略与技巧，能够说出采购谈判的程序，能够流利地与对方讨价还价。	
学习任务	学生通过学习，结合当前各大企业采购需求，能熟练掌握采购谈判的流程、内容及技巧。	
教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论及社会调查活动掌握采购谈判。	

教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入采购谈判的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握采购谈判的各种技巧。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2.0
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.0
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

采购与供应管理学习情境表 6

学习情境 6	电子商务采购	**课时：** 4
教学目标	知识目标： 1.电子商务的概念、种类和特点； 2.电子商务的功能及其应用系统的构成； 3.在企业采购活动中如何有效实施电子商务，节约采购成本； 4.实际工作中电子商务采购的功能实现与运作模式。 技能目标：能够一次性顺利地进行网上购书（物），并能说出电子商务中的关键之处，能够分析区别电子商务与物流的关系。	
学习任务	学生通过学习，在基于节约成本的基础上能熟练运用电子商务技术完成采购活动。	

教学条件	1、学生通过多媒体课堂教学获得所需知识和方法； 2、通过网络查询获得相关信息； 3、通过课外讨论及社会调查活动掌握电子商务采购。		
教学材料	1、教材与授课计划　2、教案　3、学生花名册　4、多媒体课件		
工具材料	电脑、网络、投影仪、优盘		
其他信息	教材配套光盘		
教学阶段	**工 作 过 程**	**教学方法建议**	**学时**
导　入	通过相关案例导入电子商务采购的知识点。	讲授法 启发式教育法	0.5
教学进程	以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，组织部分同学汇报，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握电子商务技术在采购活动中的运用。	任务驱动教学法 讨论教学法 多媒体演示	2.0
检　查	1、任务完成，学生能掌握相应的主要项目。 2、老师提出问题，检查学生相应学习的总情况。	讨论教学法	1.0
评　估	过程考核： 1、学习态度：出勤＋课堂表现＋精神面貌 2、作业成绩。 3、设计企业调查表能力。 结果考核：测试。	讨论教学法	0.5

三、教学评价建议

（1）改革考核手段和方法，加强实践性教学环节的考核和采购管理理念的考核，可采用过程考核和结果考核相结合的考核方法。

（2）由学校主讲老师和企业兼职老师结合考勤情况、学习态度、学生作业、平时测验、实验实训、物流大赛、顶岗实习情况及考核情况，共同综合评定学生成绩。

（3）应注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生给予特别鼓励，综合评价学生的能力。

对于连锁企业采购管理课程每一学习情境的教学评价建议如下：

课程评价表

考核点及占项目分值比	**建议考核方式**	**评价标准**			
		优（90~100）	**良（80~89）**	**中（70~79）**	**及格（60~69）**
1、作品成果		作品成果或作业	作品成果或作	作品成果或作	作品成果或作

（60%）	教师评价	非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，	业较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	业符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	业基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
2、学习态度（20%）	教师评价	能积极、及时完成教师布置的任务，任务完成质量高	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
3.交流及表达能力（10%）	教师评价	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能较好地正确回答问题及分析问题。	能正确地回答问题及分析问题。	能基本正确回答问题及分析问题。
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，相互协作能力强	具有较好的团队合作精神，，能较好地完成任务	具有团队合作精神，能完成任务	能在其他同学的帮助下完成项目任务

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照采购与供应管理流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核采购与供应管理的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例％
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	基本任务完成情况； 小组协作情况； 职业素养的能力； 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	1、单选题 2、多选题 3、判断题 4、计算分析题 5、论述题	考试	50%

五、推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以采购与供应管理流程为主线，将采购与供应管理各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《采购管理》　杨军主编　高等教育出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国物流与采购联合会 http://www.chinawuliu.com.cn

六、课程资源的利用与开发

利用课程网络资源，既激发学生课程学习的兴趣和动力，也有效地提高了学生各方面的能力，同时也为教师提供了一个教学资源共享和交流的平台。

课程资源是决定课程目标是否有效达成的重要因素，课程资源应当具备开放性特点，适应于学生的自主学习、主动探究。

为适应基于工作过程的课程改革和行动导向教学模式的开展，在今后仍需坚持教学改革，进一步加强与其他专业课程的结合，不断提高教学质量，充分发挥课程在理论、技能和素质教育中积极作用。

课程标准制订人：谢虎军

审核：

制订日期： 2011.7

茶艺与茶叶营销专业

1.《市场营销策划》课程标准

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程和必修课，是基于营销岗位能力的培养而开设的一门方法论的应用课程，具有全局性、战略性和规划性的特点，通过本门课程的学习与训练，可使学生将前三个学期所学的专业知识进一步应用到本课程实战实训中，提升学生综合运用所学专业知识的能力和技巧，并将其转化为解决实际问题的方法，培养学生市场营销策划能力，掌握市场营销策划的一般程序，撰写市场营销策划书，能对具体的营销策划方案进行设计，提升学生分析问题与解决问题的职业能力，注重培养学生的专项岗位技能和营销策划综合素养，使学生进入实际工作岗位后，能胜任一般性的营销策划工作。

本课程是构成专业基本能力——营销策划技能的重要组成部分。开设在经济学基础、消费者行为学、市场营销实务、市场调研、推销与谈判等课程后，为后续课程客户服务与管理、网络营销、品牌经营与管理等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

从学生职业能力培养的基本规律以及营销策划岗位职责出发，以就业为导向，打破课程纯理论教学体系，依据营销职业岗位的工作任务、工作流程中的知识与技能要求，遵循教、学、做合一的原则，以项目（产品）营销的工作任务和职业能力分析为依据，按照营销岗位的工作内容和流程把课程内容整合成市场营销策划认知、市场调研策划、市场营销战略策划、市场营销战术策划等 4 个相互关联的学习情境，每个学习情境下又根据实际需要划分为若干学习任务，学习任务下又设计了具体的操作步骤或程序，整合教学内容，并参考相关企业个案，相对应地设计工作项目及工作任务，以完成工作任务情况作为衡量学习效果的主要依据，使学生在学习本门课程时能够得到方法与操作流程的指导。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）理解市场分析营销策划创意的基础知识；

（2）掌握竞争对手分析的基础知识；

（3）掌握新产品功能点描述、新产品卖点寻找的基础知识；

（4）掌握目标市场分析的基础知识；

（5）掌握促销活动方案设计的基础知识；

（6）掌握新产品上市推广方案设计的基础知识；

（7）掌握公关活动设计的基础知识；

（8）掌握广告活动设计的基础知识；

（9）掌握营销策划书撰写的基础知识。

2、能力目标

（1）具有市场环境分析的能力；

（2）具有信息搜集并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力；

（3）能在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念与能力；

（4）能运用营销与策划的知识进行策划设计能力；

（5）方案写作能力。

3、素质目标

（1）具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识；

（2）具备诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度；

（3）具有正确的营销观念和创新意识；

（4）具备积极进取、勇于探索的精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	市场营销策划基础知识	（1）营销策划概述； （2）营销策划的简介； （3）策划的一般流程； （4）营销策划书撰写格式。	（1）自主学习：学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法；通过网络查询相关市场营销策划案例； （2）小组讨论与学习、案例分析：通过课外与社会、同学了解市场营销环境。	（1）熟悉营销策划工作流程 （2）掌握营销策划内容 （3）能对市场营销策划内容进行分析； （4）在接受营销策划任务时，能根据市场营销策划的一般流程安排工作计划。 （5）掌握策划书撰写格式
2	营销策划创意	（1）营销策划创意概述；（2）营销策划创意与思维训练；	（1）案例分析、讨论：真实企业创意分析； （2）角色扮演与情景模拟演练。	能运用头脑风暴等营销策划创意方法对企业具体营销问题进行创意并解决问题。
3	促销策	（1）促销方案的撰	（1）案例分析、讨论：	能根据促销方案撰写格

	划	写格式与内容； （2）促销方案策划基本方法与技巧以及过程注意点	真实企业创意分析； （2）纠错练习。 （3）小组讨论互评	式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计促销方案。
4	广告策划	(1)广告方案的撰写格式与内容； (2)广告方案策划基本方法与技巧以及过程注意点	（1）案例分析、讨论：真实企业方案分析； （2）纠错练习。 （3）小组讨论互评	能根据广告方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计广告方案。
5	企业形象策划	(1)企业形象策划的内容； (2)企业形象策划的流程 (3)企业形象策划基本方法与技巧以及过程注意点	（1）案例分析、讨论：真实企业方案分析； （2）纠错练习。 （3）小组讨论互评	能根据企业形象方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计企业形象方案。
6	公关主题活动策划	(1)公关主题活动策划的内容； (2)公关主题活动策划的流程 (3)公关主题活动策划基本方法与技巧以及过程注意点 （4）危机公关	（1）案例分析、讨论：真实企业方案分析； （2）纠错练习。 （3）小组讨论互评	能根据公关主题活动方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计公关主题活动方案。
7	新产品上市推广策划	(1)新产品上市推广策划的内容； (2)新产品上市推广策划的流程 (3)新产品上市推广策划基本方法与技巧以及过程注意点	（1）案例分析、讨论：真实企业方案分析； （2）纠错练习。 （3）小组讨论互评	能根据新产品上市推广方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计新产品上市推广活动方案。
8	品牌与渠道策	(1)品牌策划基本内容(2)渠道策划基本	案例分析、讨论：真实企业方案分析；	对企业品牌与渠道策划内容有一个粗略的了

	划	内容		解。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 70%；期末考核成绩占 30%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（50%）

其中：营销环境分析报告（10%），促销方案（20%），新产品推广方案（20%）、企业形象设计方案（10%）、公关主题活动方案（20%）、广告方案（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用方案设计考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	市场营销策划基础知识	4	4	8
2	营销策划创意	2	2	4
3	促销策划	2	4	6
4	广告策划	2	4	6
5	企业形象策划	2	2	4
6	公关主题活动策划	2	6	8
7	新产品上市推广策划	4	4	8
8	品牌与渠道策划	2	2	4
学时总计		20	28	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。该模式以岗位为中心，教师从岗位需求出发，分析岗位

任务，根据岗位任务，设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能后，进行实训设计，强化技能训练，然后进入企业顶岗实习，从而适应岗位要求，为学生零距离就业打下基础。通过这样的设计，完成了“基于工作岗位一体化”的教学过程。

（2）教学手段现代化。课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。在加强校园网、电子图书馆、多媒体教室等数字化教学环境建设的基础上，100%使用多媒体授课。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）“大课堂”教学模式，双导师制。打破教室概念，以工学结合的“大课堂”代替固定的教室。所谓“大课堂”，即将教室、校内实训室、校外企业项目、供销行业，乃至整个社会都融为一个“大课堂”，围绕创业型人才培养需要，在具体教学过程中以自主创业中各项知识及技能的要求为主线进行教学与实践，采取以工学交替为特色的教学组织形式，突出职业核心能力训练。

双导师制将社会与高校的资源进行整合共享，以校内优秀的专任教师为学术导师，以校外有丰富实践经验的企业高级营销师或管理部门人员等来担任职业导师，集理论与实践培养于一体，相互促进，有利于学生在读书期间拓宽知识面，增加社会经验，缩短成才过程。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合湖南省高职营销专业技能抽查标准，建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营销专业技能抽查标准中有关营销策划测试部分内容的要求来自编教材。

（2）参考书

《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

说明：营销策划理论与实践时刻在发生改变，为了能够与时俱进，建议参考书按照教学时间进行选择，尽量选择最新的书籍，尽量选择企业专家撰写的书籍进行参考，不建议教材作为参考书。

（3）参考网络资源

中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

全球品牌网　http://www.globrand.com/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）多参与各类营销竞赛，以比赛带动课堂教学

学生在课程学习实践过程中，同时接受校内导师(即专业教师)理论的指导、及校外企业策划精英的课程实训指导或企业项目经理的分项实践指导。通过实境实训、技能大赛等方式提升学生职业技能。如注重培养学生参加全国高校市场营销大赛，以技能大赛带动学生技能的培养与提高。建立健全学生技能大赛培养、参赛制度，组织专人跟踪大学生技能大赛动向，并对技能大赛需求的技能与企业岗位技能进行对比，探索专业技能教学的结合点，改进传统教学只依靠教材而脱离岗位技能的做法。以赛促学，引导学生理论联系实际，鼓励求是拓新，既为企业创造市场效益，又为学生营销素质与能力的形成创造了良好机遇。

（2）建议设立营销策划工作室，引入企业实际项目

为更好地服务地方经济建设，应努力构建“工学交替、产学结合、校企一体化”的教学模式。按照适度、必须、够用的原则进行理论教学，以项目为导向、以任务为驱动，强力推进校企合作，重在加强学生校内实验实训、校外顶岗实习建设，注重学生专业岗位技能培养；通过进一步加大与地方企业的合作力度，为地方经济建设输送一大批高素质、高技能专业人才。充分湘贵实业有限公司、湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队、星邦重工等公司兼职教师参与合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：王娜玲

4、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2018 年 6 月 25 日

2.《茶席设计与茶会组织》课程标准

一、课程性质

本门课程是茶艺与茶业营销专业开设的一门专业拓展课程课程。本课程通过课堂讲解、技能训练、观看影像资料等活动组织教学，采用教、学、练三者结合以练为主的教学方式。通过学习，使高职学生掌握系统的茶席设计基础知识，具备茶席设计、茶会筹备与组织的能力，对学习和实践其他茶叶专业课程具有直接的指导意义。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，让学生能够在茶会设计、组织灵活运用茶席设计和布置的任务，满足学生的职业需要，增强茶艺的生活实用性。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）了解茶席的概念

（2）理解茶席的基本构成要素

（3）掌握主题性茶席的布置方法。

（4）掌握茶会策划流程

2、能力目标

（1）能够设计主题茶席

（2）能够简单装饰烘托主题

（3）能够策划、组织主题茶会

（4）能够组织无我茶会

（5）能够对茶空间布置提出意见和建议

3、素质目标

（1）具有规则意识

（2）具有良好的职业素养和气质

（3）具有团队合作意识

（4）具有良好的身体素质和心理素质

三、课程内容与要求

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计
1	茶席概念	1、茶席的概念界定 2、茶席与茶会 3、茶席的功能	通过视频、图片等方式了解
2	茶席主题提炼	1、茶席题材选择 2、茶席命名品题	通过视频、图片等方式了解
3	茶席文案创作	1、茶席创意策划 2、茶席文案创作 3、茶席文案鉴赏	四人一组进行文案创作
4	茶席布置	1、茶席中茶品及茶具 2、茶席中茶水、茶食 3、茶席中音乐 4、茶席中其他配置	四人一组进行根据茶席文案进行茶席布置
5	茶会概念	1、古代茶会 2、茶会概念 3、茶会的举办	通过视频、图片等方式了解
6	无我茶会	1、无我茶会的基本形式及精神 2、无我茶会的流程和各环节要求	1.通过视频、图片等方式了解无我茶会 2.组织一场无我茶会

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用操作考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为实操。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第 3 学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示

教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	茶席概念	4	4	8
2	茶席主题提炼	4	4	8
3	茶席文案创作	4	4	8
4	茶席布置	4	4	8
5	茶会概念	4	4	8
6	无我茶会	4	4	8
	合计学时	24	24	

2、教学建议

（1）教学方法主要采用校内多媒体教学、课堂情景模拟、讲授法、演示法、引导自学法、视频教学法、企业调研法法等 。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组合作讨论、操作，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）本课程的任课教师由校内专任教师与企业兼职教师共同组成。校内专任教师要求具有较强的理论知识与实践经验，讲师以上职称，有企业挂职经历；企业兼职教师要求有三年以上茶室经营和管理经验，在茶行有良好的声誉和一定的影响力。

3、教材及参考资料建议

教材及参考书	书名	编者	出版社	版本
教材	自编			
参考资料	茶席设计	周新花	浙江大学出版社	2016 年
	茶席 茶会	蔡荣章	安徽教育出版社	2015 年
	中华茶文化	黄志根	浙江大学出版社	2000 年

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶文化教室完成

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、课程团队

本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南一品仙茶叶有限公司、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发，由廖伟副教授担任本课程负责人并执笔撰写，市场营销教研室主任王娜玲副教授初审，湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长二审，最终由茶艺与茶叶营销专业教学指导委员会审定。由湖南一品仙茶叶有限公司邓鹏经理、湖南一品仙茶叶有限公司禹明穗茶艺师、湖南省唐羽茶业有限公司刘丽华副总经理、湖南省唐羽茶业有限公司唐盼茶艺师、湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长、湖南商务职院技术学院经贸学院谢虎军副院长组成本课程教学团队。

3.《茶叶门店陈列与销售技巧》课程标准

一、课程性质

本课程是一门介绍茶叶店面销售技巧的课程。通过对本门课程的学习，使学生在了解茶叶店面销售技巧的基础上，能够掌握和运用茶叶销售的技巧来销售茶叶，具备茶叶店面销售人员的销售技能。

本课程是茶艺与茶叶营销专业的专业核心课，同时也是理论性与实践性均较强的一门综合性课程，教学中要求理论必须与实践密切结合。

通过本门课程的学习，使学生对茶叶店面销售工作有一个比较全面的认识，并为进一步学习茶叶销售知识、进行茶叶店面销售技巧实务操作打下一个良好的基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过工学结合、校企合作方式培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握采购管理的基本知识与能力，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力。并通过理论、实践相结合的教学方式，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有采购管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型连锁经营与管理专门人才，以适应市场对连锁经营与管理人才的需求。

（二 c）具体目标

1. 了解茶叶门店销售工作
2. 掌握茶叶门店销售的基本礼仪
3. 掌握接近顾客的技巧
4. 掌握开场的技巧
5. 掌握沟通的技巧
6. 掌握洽谈的技巧
7. 掌握处理顾客异议的技巧
8. 掌握促成交易的技巧
9. 掌握顾客服务的技巧

三、课程内容与要求

学习内容（情境）			专业能力目标
项目一 认识茶叶店面销售	认识茶叶店、茶叶店工作岗位和要求、茶叶店面销售工作、茶叶店面销售基本礼仪。	分任务 1：认识茶叶店面 分任务 2：茶叶店面销售礼仪：	1.了解茶叶店的作用和发展趋势。 2.了解茶叶店销售工作的性养和流程 3.掌握茶叶店面销售礼仪
项目二 销售接近	接近顾客的准备、如何开场接近顾客	分任务 1：接近的顾客的准备 分任务 2：开场的技巧	1 掌握顾客入店的开场技巧 2.掌握成功接近顾客的技巧
项目三 销售沟通	与顾客沟通的语言技巧、激发购买欲望的技巧、询问技巧	分任务 1：沟通语言技巧 分任务 2：激发购买欲望的技巧 分任务 3：询问技巧	能够灵活运用各种沟通技巧与顾客有效沟通，激发顾客的购买欲望
项目四 处理异议	处理反对问题、不满问题、价格问题等异议	分任务 1：处理反对问题的技巧 分任务 2：处理顾客不满的技巧 分任务 3：处理价格问题的技巧	能够灵活运用各种技巧处理各种顾客异议
项目五 促成交易	促成交易、正确道歉和良好互动	分任务 1：促成交易的技巧 分任务 2：顾客良好互动的技巧	能准确判断成交信号，发出及时成交的邀请，最后促成交易，与顾可经常保持良好互动
项目六 顾客管理与服务	开发新顾客、维护老顾客和处理顾客投诉	分任务 1：开发新顾客的技巧技巧 分任务 2：维护老顾客的技巧 分任务 3：处理顾客投诉的技巧	能够对茶叶店的顾客做好管理和服务，建立顾客档案，做到新顾客变成老顾客，老顾客成为终生顾客；会处理顾客投诉问题。

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照茶叶店面销售流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核茶叶店面销售的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比

				例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	24、 基本任务完成情况； 25、 小组协作情况； 26、 职业素养的能力； 27、 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

本课程建议学时 48 学时，其中理论学时 28，实践学时 20，建议第 5 学期开设，。教学学时分配建议如下表所示。

教学单元	理论学时	实践学时	合计
认识茶叶店面销售	4	4	8
销售接近	4	4	8
销售沟通	4	4	8
顾客异议	4	4	8
促成交易	6	2	8
顾客管理与服务	6	2	8

合计	28	20	48

（二）教学建议

1、本课程在教学过程中，应立足于学生加强学生茶叶销售的能力，采用校企合作、工学结合，提高学生学习兴趣。

2、本课程教学须充分利用学校和企业的两种资源，学校专职教师与企业兼职教师教学相结合，采用现代多媒体教学与软件操作和模拟实训相结合，强化学生实践能力和管理能力的提高。

3、在教学过程中，要尽可能采用多媒体教学、实训软件、沙盘制作、现场教学模式。

4、尽量采用小班化教学。

5、学校专职教师应具有双师型工作能力，具有与课程内容相关的管理能力，从学生实际出发，因材施教，着力培养学生对本课程的学习兴趣，从而提高学生学习的主动性和积极性。

6、企业兼职教师应具有一定的普通话基础，并掌握一定的教学、教育相关知识，在进行示范性教学时，能充分表达所教学的内容。

（三）推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以茶叶店面销售技巧流程为主线，将茶叶店面销售各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《店铺销售技巧》　　高彩凤主编　中国发展出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

茶叶营销网 http://cha.cmmo.cn

茶叶销售网 http://www.cyxsmh.com/

（四）校内外实践教学条件利用（或开发）建议

1、校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶艺与茶叶营销专业教室完成

2、校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

课程标准制订人：

审核：

制订日期：

4.

《新媒体营销》课程标准

一、课程性质

本门课程为高职茶艺与茶叶营销专业的专业拓展课程，在课程体系中居于拓展和延伸的地位，起到巩固知识和延展运用的作用。学生在先修了市场营销实务、营销策划、网络营销等专业核心课程之后，本课程是顺应时代需求，专门学习新兴媒体的营销技巧和推广方式的一门课程。该课程根据新媒体营销中实际工作要求，将课程内容整合为六大模块：新媒体营销概述、微信营销、微博营销、论坛营销、社群营销、新媒体全案策划与运营，其中微信营销是最为重要的新媒体营销方式，将其进一步细分为五个子项目：微信基本功能、微信公众平台、新媒体文案制作、公众号推广吸粉、微信小程序运营推广。要求学生深入地了解新媒体，掌握新媒体对企业的营销活动产生的影响，掌握新媒体营销的方式方法和技巧，能够运用新媒体进行宣传和推广，能够撰写新媒体营销的策划方案。同时培养学生严谨求实的学习态度，初步分析和解决新媒体营销问题的能力，以及组织协调和团队合作的能力，为学生持续的职业生涯发展奠定扎实的基础。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程的总体目标是：学生能够认知新媒体的类型，了解新媒体的内涵、传播特点和新媒体营销的平台，掌握新媒体营销的基本理论与方法，具备从事新媒体营销的基本知识和基本技能，以及新媒体全案运营与策划的能力。即通过本课程的教学，使学生了解新媒体的概念、内涵和发展趋势，掌握新媒体的传播特点，理解新媒体营销的核心理论，掌握微信营销、微博营销、论坛营销和社群营销的技巧与方法，掌握微信的基本功能、微信公众平台的搭建与内容编辑、新媒体文案的制作、微信公众号推广吸粉和微信小程序的运营推广，学会新媒体全案运营与策划。

（二）分类目标

1、知识目标

（1）理解新媒体的概念和内涵，了解新媒体的发展趋势。

（2）熟悉新媒体的类型，掌握新媒体的传播规律，掌握软文、微博、微信、论坛、社区、群、图片和视频等其他新兴网络推广媒介。

（3）了解微博、微信、社群的各项功能，掌握微信、微博、社群、自媒体的操作和应用。

（4）掌握新媒体平台的营销推广技术，掌握回复、互动、吸粉方法和技巧。

（5）理解软文撰写技巧，掌握软文撰写方法，能够独立撰写软文，熟悉新媒体网络语言，掌握创新网络语言的方法。

（6）熟练掌握图片的基本处理和视频拍摄方式，掌握 H5 视频制作。

（7）掌握新媒体运营策略，掌握并熟练运用新媒体营销方式，包括事件营销、病毒式营销与数据库营销等。

（8）熟悉新媒体整合营销的基本要求，掌握新媒体的推广与运营，完成新媒体营销活动的策划与推广。

2、能力目标

（1)能够根据不同新媒体传播的特点和规律,选择恰当的新媒体媒介开展营销活动。

（2）能够利用微博开展运营，正确地使用微博的各项功能，顺利地引流、吸粉、互动，做好维护工作。

（3）能够利用微信开展运营，灵活地根据企业和产品信息编撰软文，制作和发表图文与视频，开展营销活动。

（4）能够利用论坛营销，独立地策划营销活动，制造热点话题，吸引目标消费群体的注意。

（5）能够利用其它新兴媒体开展营销活动。

（6）能够合理地融合新旧媒体，策划营销推广活动，保证活动的顺利执行。

（7）能够撰写科学而可行的新媒体营销策划方案书。

3、 素质目标

（1）培养学生具备重调研、一切从实际出发的工作作风和吃苦耐劳的精神。

（2）培养学生具备良好的职业道德和较强的责任心。

（3）培养学生具备良好的人际交往能力和团队协作精神。

（4）培养学生具备较强的学习能力、适应能力和心理承受能力。

（5）培养学生具备创新意识和创新精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求

1	新媒体营销概述	（1）新媒体的概念、内涵； （2）新媒体的类型； （3）新媒体营销的核心理论； （4）新媒体营销的平台。	案例分析	了解新媒体的概念、内涵和发展趋势，掌握新媒体的传播特点和新媒体营销的核心理论，了解新媒体营销的传播平台，掌握基本的新媒体营销方法。
2	微信营销	（1）微信基本功能； （2）微信公众平台； （3）新媒体文案制作； （4）公众号推广吸粉； （5）微信小程序运营推广。	实操训练 案例分析	掌握微信的基本功能，学会微信公众平台的注册，掌握公众号的运营框架的搭建，掌握微信内容的编辑、视频的制作和文章排版，学会新媒体文案的写作与优化的常用方法，掌握公众号的推广吸粉技巧，了解微信小程序的运营推广方式。
3	微博营销	（1）微博与微博营销； （2）微博营销的方法； （3）微博的发送策略； （4）微博活动的策划。	实操训练 案例分析	了解微博的概念，理解微博营销的特点，掌握微博营销的方法，掌握微博营销中发送微博的一般策略，学会微博活动的策划技巧。
4	论坛营销	（1）论坛营销的概念与特点； （2）论坛帖子编辑； （3）论坛引流技巧； （4）营销注意事项。	实操训练 案例分析	了解论坛与论坛营销的概念，理解论坛营销的特点，掌握论坛帖子的编辑和引流的常用技巧，理解论坛营销过程中的注意事项。
5	社群营销	（1）社群营销的概念； （2）专业知识推广； （3）话题制造与把控； （4）意见领袖传播。	实操训练 案例分析	了解社群营销的概念，理解社群营销的特点，掌握营销中专业知识推广的方法，学会制造讨论话题，掌握意见领袖传播技巧。

6	新媒体全案运营与策划	（1）新媒体全案运营； （2）新媒体营销方案策划。	实操训练 案例分析	了解新媒体全案运营的流程和方法，掌握新媒体营销方案策划的要素与方法，学会策划新媒体营销方案。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂出勤（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）课堂表现（20%）

（3）课堂纪律（10%）

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	新媒体营销概述	1	1	2
2	微信营销	8	8	16
3	微博营销	1	1	2
4	论坛营销	2	0	2
5	社群营销	2	0	2
6	新媒体全案运营与策划	2	2	4
7	复习/考查	2	0	2
8	机动	2	0	2
9	学时总计	20	12	32

2、教学建议

（1）教学方法多样化

在教学过程中以案例教学为主体，主要采取课堂讨论、分析比较、小组作业等多种形

式进行教学。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以新媒体营销方式为主线，将各新媒体营销方式的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（2）参考书

清华大学出版社《新媒体营销教程》，人民邮电出版社《新媒体营销概论》，中国人民大学出版社《新媒体营销实务》；同时配合多种案例视频、文字材料进行教学。

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

联商网 http://www.linkshop.com.cn/

微信公众号：美迪电商、馒头商学院等。

五、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2018 年 5 月 23 日

5.《 广告原理与实务》课程教学标准

一、课程性质

《广告原理与实务》是高等院校市场营销专业的一门专业课；是其它专业的选修课。它是为培养适应市场经济条件下社会发展需要的应用型大专层次专业人才服务的。 本学科以市场经济法则为指导，以传播学、心理学、市场学等原理为基础，从市场经济的实质和我国国情出发，吸收国外的先进经验，探讨广告活动及其规律性。其教学目的是使学生掌握广告活动的基本特点和原理，为进一步学习专业课打下基础。

二、课程目标

（一）总体目标

作为市场营销专业的专业主干课程，广告原理与实务的主要目标是：通过该课程的学习，使学生在掌握广告学的一般理论、方法基础上，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练，培养既能从事一般广告营销，又特别擅长于广告灵活运用的专门人才；在掌握广告基本原理的基础上，掌握广告营销方面的基本技能，使学生能够具备分析现代广告活动的设计理念；对中国广告活动中的现状与发展趋势做到有一定的了解；理论联系实际，掌握广告调研、广告策划、广告效果评估测定与广告预算的基本原理与方法，培养学生进行广告案例分析、全面认识广告作品及解决实际问题的基本能力。培养具有现代广告营销理念的高级人才。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）懂得评判一则广告的优劣

（2）熟悉广告的运作过程

（3）掌握一定的广告技术

（4）善于运用广告为企业服务

2、职业能力培养目标

（1）持续学习，不断更新广告创作和广告专业知识，提高广告创作和评价水平；

（2）能迅速领会新的广告创意模式，新的媒体形式；

（3）培养学生勤于思考、认真工作的良好作风；

（4）培养学生分析问题、解决实际问题的能力。

3、社会能力目标

（1）善于沟通，对于广告中所碰到的问题能与其他人达成共识，并能在管理对象中顺利得以贯彻执行；

（2）善于合作，与同僚分工协作；

（3）善于交流，能够组织同仁进行各种广告作品的研讨会，具备一定的广告理论和实务的口头表达能力；

（4）具备良好的职业道德，具有社会责任心、爱岗敬业。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	广告的基本原理	①广告的概念和性质； ②广告与其他学科的关系； ③广告的分类； ④广告的构成。	⑤ 文字处理及可视化材料； ⑥ 出 10 个你最熟悉的广告。 ⑦ 分组并设计团队形象、团队广告口号	⑤ 掌握广告的概念； ⑥ 了解广告的分类； ⑦ 了解广告的种类； ④掌握广告的构成因素。
2	广告策划	⑦ 广告策划概述； ⑧ 广告调查； ⑨ 广告策划书； ⑩ 广告预算	①为自己感兴趣产品或服务作一份广告策划书（PPT） ②按照要求进行广告调查	⑤ 掌握广告策划基本原理； ⑥ 掌握广告调查的基本依据和方法； ⑦ 学会查找和搜集资料、制作精美课件； ⑧ 能进行简单的广告活动策划； ⑨ 掌握广告预算以及广告策划书的撰写。
3	广告策略	①广告策略概述； ②广告定位策略； ③广告产品策略； ④广告市场策略； ⑤广告事件策略。	①每个同学对自己家乡的某种特产、某个旅游景点、某个正在发展中的企业、、、、、拟定合理的广告定位策略，并加以说明。 ②根据你的定位策略创作相对应的广告作品（定位策略通过创作的广告词或广告作品来体现）； ③课堂 PPT 展示。	知识： ①了解广告策略的含义、特点及作用； ②明确广告定位策略、广告产品策略、广告市场策略、广告事件策略主要内容； ③掌握合理制定广告策略的要求。 技能： ①掌握广告定位的理论

				和方法； ②掌握广告战略内容与制定；
4	广告媒体	①广告媒体的类型与特征； ②告媒体选择策略；	①每组选择不同的媒介类型进行评价（此类型媒介的特点：优点和缺点，经常出现在该媒体上的广告产品或内容是什么？） ②请每组就你家乡的某一特产或景点制定几种不同的广告媒体组合方案，并说明理由。	知识： ①了解广告媒体的功能、类型； ②影响广告媒体选择的因素、广告媒体组合的作用； ③握广告媒体的概念、常用广告媒体的特点、广告媒体选择的原则、广告媒体选择的方法、广告媒体的评价指标及计算方法、广告媒体的组合原则、广告媒体的组合方式 、广告媒体的选择与组合过程。 技能： 能够科学地进行广告媒体选择与组合。
5	广告创意	①广告创意概述； ②广告创意理论； ③ 告创意思维； ④广告创意组织与创意过程。	按照广告创意过程创意一则广告，把整个创意过程和感受记录下来，最后与广告创意一起整理出一份文字材料	知识： ①了解广告创意在广告活动中的地位、广告创意理论、广告创意组织； ②掌握广告创意的含义和广告创意的原则。技能： ①能够掌握各种广告思维方法和灵活运用； ②能够借签经典的广告创意方法进行广告创意。
6	广告表现	①广告表现概述； ②印刷广告表现； ③广播广告表现； ④户外广告的制作；	根据所选商圈撰写调研方案	知识： ③_x0001_ 理解广告表现的概念、广告表现的心理学法则；

		⑤视听广告。		④_x0001_ 掌握广告表现的原则、基本手法； ⑧ 熟练掌握报纸、杂志的广告设计、电视、广播的广告设计、户外广告的设计； 了解各种媒体广告的制作。 技能： ①能够进行报纸杂志的广告设计； ②能够进行电视、广播的广告设计； ③户能够进行外广告的设计。
7	广告文案	①广告文案的概述； ②广告文案的主题； ③广告文案的结构； ④广告文案的语言规范。	①根据老师提供资料或案例撰写广告文案； ②每个同学收集一个语言不规范的广告案例供同学们课堂讨论、更正。	知识： ①掌握广告文案的特性、结构、标题表达的技巧； ②熟悉掌握广告文案标题的表达； ③了解广告文案的写作。 技能： ①能够进行广告文案标题的表达； ②能够进行广告文案正文的写作。
8	广告效果评估	① 广告效果的概念 ②广告效果评估的过程 ③广告效果评估的类型 ④广告效果评估的具体方法	每组分别选择一个知名品牌，并利用所学广告评估方法对其进行广告效果评估。	掌握： ① 广告效果的概念； ②广告效果评估的过程； ③广告效果评估的类型； ④广告效果评估的具体方法。

四、课程考核

教学评价建议见广告原理与实务学习情境表 1~表 2。

广告原理与实务课程评价表 1

学习情境一	广告基本原理			成绩比例（%）	16（1*16）
考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1.小组成员相互协作及对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2.项目成果（60%）	小组互评*0.4+教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
3.交流及表达能力（20%）	教师评价*0.6+小组互评*0.4	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷使人印象深刻	能用专业语言正确较为流利地与进行交流及PPT的讲述，声音洪亮。	能用专业语言正确地进行交流和PPT讲述	能用专业语言基本正确地进行交流和PPT的讲述，无重大失误。
4.学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

广告原理与实务课程评价表 2

学习子情境二	广告实务			成绩比例（%）	84（12*7）
考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
1.小组成员相互协作及对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2.项目成果（60%）	小组互评*0.4+教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、报告格式不太规范
3.交流及表达能力（20%）	教师评价*0.6+小组互评*0.4	能够运用流畅、专业的语言介绍成果，思路清晰、声音洪亮使人印象深刻	能用专业语言正确较为流利地与进行交流及PPT的讲述，声音洪亮。	能用专业语言正确地进行交流和PPT讲述	能用专业语言基本正确地进行交流和PPT的讲述，无重大失误。
4.学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	其他	合计
广告的基本原理	2		1	1		4
广告策划	2			2		4
广告策略	4		1	3		8
广告创意，	3		2	3		8
广告表现	2		1	3		6
广告文案	2		1	3		6
广告媒体	2			4		6
广告效果评估	1			1		2
其他					4	4
合计	18		6	20	4	48

2、教学建议

以调动学生积极性为核心，以实践教学为主线，多种教学方法并用。

（1）项目教学法

整个课程教学采用项目教学，与传统的教学相比，由以教师为中心转变为以学生为中心，由以课本为中心转变为以“项目”为中心，由以课堂为中心转变为以实际调研工作为中心。运用项目教学法进行教学设计的时候，我们强调学生是认知的主体、是知识意义的主动建构者。根据项目教学的教法思路和教学设计原则，整个课程教学采用一个实际企业委托的调研项目为主线，将学生进行模拟分组，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

（2）任务驱动法

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行,学生在教师的引导下开展探究性学习,通过参与任务解决的过程,实现学生主动学习,学与做相结合。

（3）情景教学法

调动学生的学习积极性，促使学生自主学习、自主探究，在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及企业广告策划的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。比如在项目任务五中进行广告创意时，广告创意方法如何运用，我们就可以利用电教创设情境，借助思维导图法，这样就将比较抽象的方法生动化，学生易学易懂。

（4）角色扮演法

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

（5）其他教学方法

除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善以参与式、体验式、交互式和模拟教学等实践教学为基本形式的多种方法。

头脑风暴法。针对讲授中、案例中、学生身边提出的问题，由学生应用所学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

案例分析。案例分析是教学联系实际的特色形式，本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，也不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和提升。

岗位见习。有计划的安排学生轮流到共建单位的生产、经营现场观察、实践，在实践专家的直接指导下亲自体验并处理有关广告问题。

网络冲浪。现代教学应充分利用互联网，对营销专业学生而言，这是一种特殊的接触实际的窗口。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解目标企业的广告，搜集最新广告信息，学习广告最新知识，思考与分析现实问题。

广告沙龙。针对课程的特点，选择一个特定的问题，事先进行较为充分的准备；然后，让师生实践专家集聚在一起，在轻松的氛围中进行畅谈，相互启发，也可以争论，形成相同或不同的思路；并于事后形成文字材料。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

教材体现“把需要工作的学生培养成能够适应营销岗位工作需要的创新型营销合格职业人”的理念。

教材内容体现职业性、先进性、通用性、实用性，能够培养营销职业岗位需要的发现顾客需求、满足顾客需求的职业能力。

教材中实践教学活动设计的内容具体，并具有可操作性。

（2）主要参考书：

1） 《广告原理与实务》 ，王吉方主编，机械工业出版社，2010 年；

2） 《广告理论与实务》，赵明剑，王兴为，北京交通大学出版 2009 年；

4、参考网络资源

中国广告人网 (http://www.chinaadren.com/)

中国广告门户网 (http://www.yxad.com/)

广告网—广告传媒行业第一门户(http://www.cnad.com/)

素材公社(http://www.toooopen.com/work/view/12820.html)

广告买卖网（ http://www.admaimai.com /）

六、说明

1、本课程标准由营销专业教学团队、湘贵（兼职教师参与）等企业合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：刘小莲

4、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2018 年 6 月 20 日

6.《商务沟通》课程标准

一、课程性质

《商务沟通》涵盖商务沟通和商务谈判两方面内容的专业核心课程，是提升学生在特定商务环境下谈判与沟通能力的专业课程，是商务管理专业开出的一门独具特色、实践性极强的专业核心技能课。

该课程是构成专业基本能力——商务沟通与谈判能力的重要组成部分。开设在管理学课程、经济学课程之后，为后续课程企业经营管理、商务沟通与谈判、人力资源开发、商务活动策划等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程教学过程中力求注重案例教学，模拟谈判等形式，通过显性外化教学提高学生对商务沟通与谈判的认知和实践能力。通过采用案例教学，简明扼要地讲解商务谈判与沟通的基本理论与技巧，诸如：商务谈判与沟通的基本理论、基本程序、基本策略；同时使学生树立正确的沟通理念和掌握基本的沟通方法、技巧及其沟通艺术，了解商务活动的相关礼仪，培养和提高学生运用基本的原理和方法解决实际问题的能力，增强学生商务沟通与谈判的意识和实战技能。

（二）具体目标

1、知识目标

通过本课程的学习，要求学生掌握如下知识目标：（1）谈判知识、谈判技巧、谈判策略；（2）基本沟通、商务沟通、网络沟通的基本知识；（3）形象礼仪、社交礼仪的基本知识。

2、能力目标

通过本课程的学习，要求学生掌握如下知识目标：（1）社交能力；（2）沟通能力；（3）谈判能力。

3、素质目标

具有坚韧、认真和乐观的职业态度，能够吃苦耐劳、爱岗敬业，具有责任心和进取心，有团队合作精神和服务意识。具体为：（1）培养职业兴趣；（2）规范职业行为；（3）强化职业技能；（4）塑造职业精神；

三、内容纲要

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	谈判考察	（1）谈判概述；（2）谈判理论；（3）谈判心理。	（1）以小组为单位为某次商务谈判活动进行谈判心理分析。	小组配合完成。
2	谈判准备	（1）谈判信息搜集；（2）谈判信息分析；（3）谈判方案制订。	（1）以小组为单位进行谈判信息搜集与分析；（2）以小组为单位为某商务谈判制订谈判方案。	谈判信息搜集系统全面，谈判信息分析科学可行，谈判方案制订科学系统。
3	谈判开局	（1）谈判兴趣激发；（2）谈判报价；（3）谈判还盘。	（1）以小组为单位对谈判开局进行模拟。	掌握谈判开局三方面内容。
4	谈判磋商	（1）磋商交易条件；（2）评估谈判局势；（3）化解谈判冲突。	（1）以小组为单位进行谈判磋商模拟。	掌握谈判磋商中磋商条件把握，谈判局势评估及谈判冲突化解工作。
5	谈判成交	（1）捕捉谈判成交信号；（2）签订谈判合同；（3）规避合同风险。	（1）以小组为单位草拟谈判合同。	掌握谈判合同的技巧。
6	谈判策略	（1）领悟谈判策略；（2）选择谈判策略；（3）运用谈判策略。	（1）通过案例分析对使用具体的谈判策略进行分析。	掌握谈判策略和技巧。
7	沟通模式	（1）沟通中的说、听、答；（2）沟通动机、沟通框架、沟通模式；（3）沟通技巧。	（1）能运用沟通模式、沟通技巧来有效实现谈判中的沟通	掌握沟通技巧
8	沟通礼仪	（1）礼仪意识；（2）礼仪形象；（3）商务礼仪。	（1）商务礼仪模拟示范。	掌握商务礼仪技巧

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：商务谈判设计（20%），商务谈判开局设计（30%），商务谈判磋商设计（20%），商务合同撰写设计（30%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：基本知识原理与方法占 70%，案例分析基实际操作占 30%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	谈判考察	2	0	2
2	谈判准备	2	2	4
3	谈判开局	2	2	4
4	谈判磋商	2	2	4
5	谈判成交	2	2	4
6	谈判策略	2	2	4
7	沟通模式	4	0	4
8	沟通礼仪	4	2	6
学时总计		20	12	32

2、教学建议

（1）教学方法多样化。综合运用 PPT 讲授法、案例分析法、游戏教学法、角色扮演法等教学方法，进行多样化教学。以学生身边的问题、学生自身成长中的问题为主进行案例分析、理论讲解、方法传授和实践运用。以经典故事、事例辅助教学，以形象化的方式使抽象的理论、方法、观念易于理解和记忆。激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。对于学生的发言、作业、实践及时给予反馈和肯定。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

使用最新的高职高专教材或“十二五”国家规划教材；本课程暂定使用的主教材为李品媛主编的《商务谈判--理论实务案例实训（第 2 版）》（“十二五”职业教育国家规划教材，高等职业教育市场营销专业“21 世纪多元整合一体化”系列教材）。

3、课程资源的开发与利用

商务谈判与沟通已开发的教学资源有：教学标准；准备开发的资源有：电子教案、中文演示文稿、教学活动设计、动态实训指导、案例教学库、学习指南、实训项目及评价标准、试题库等。

六、说明

1、本课程标准由商务管理教研室专业教学团队、湘贵酒业公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：卢宇

4、初审（教研室主任或专业带头人）：卢宇

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2018 年 6 月 30 日

财务管理专业

1.《EXCEL 在财务管理中的应用》课程标准

一、课程性质

本门课程是财务管理专业开设的一门专业核心课程。本课程是构成专业基本能力——财务决策分析技能的重要组成部分。开设在计算机操作与应用、财务会计后。课程开设的对象为二年级下学期的学生，该课程之后只开设了毕业设计和毕业顶岗实习项目。所以通过该课程的学习，学生一步掌握 EXCEL 的数据处理功能，借助 EXCEL 处理财务管理过程中涉及的财务数据，提高财务决策的效率。学生通过计算机操作掌握利用 EXCEL 进行财务管理决策的技巧，并在学习过程中进一步加深对计算机财务管理信息系统的认识，从而为企业培养既精通财务管理专业知识又精通计算机及财务数据处理技术的复合型人才，与学生就业后实践操作能力挂钩。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，让学生系统地掌握利用 EXCEL 进行财务管理数据处理的方法，将学过的财务管理理论知识联系 EXCEL 操作实践，从而进行快速的财务决策，为从事财务分析财务管理等相关专业工作打好基础，能大大提高财务分析决策的效率。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）掌握 EXCEL 软件的基本操作方法

（2）掌握用 EXCEL 快速分析货币时间价值相关问题的方法

（3）掌握用 EXCEL 快速分析筹资管理相关问题的方法

（4）掌握用 EXCEL 快速分析项目投资相关问题的方法

（5）掌握用 EXCEL 快速分析证券投资相关问题的方法

（6）掌握用 EXCEL 快速分析流动资产管理相关问题的方法

（7）掌握用 EXCEL 快速分析利润管理关问题的方法

（8）掌握用 EXCEL 快速进行财务分析的方法

2、能力目标

（1）培养学生熟练使用 EXCEL 进行操作的能力；

（2）使学生具有在财务管理实际中运用 EXCEL 解决问题的能力。

（3）通过实际操作，不断尝试和体验操作过程，培养学生的总结和归纳的能力；

（4）通过完成各类项目任务，培养学生的自我学习和实际操作的能力

3、素质目标

（1）具备抗失败的心理素质；

（2）具备良好的团队协作意识；

（3）具备坚韧不拔的品质；

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	EXCE 的基本操作	（1）EXCEL 中基本函数的使用 （2）EXCEL 图表的处理 （3）EXCEL 基本数据输入及设置	（1）认识 EXCEL 中文版界面，掌握界面各对象的使用方法； （2）掌握数据输入、格式设置的方法； （3）掌握公式的构造、数组公式及常用函数的使用方法； （4）掌握图表处理及数据分析的方法。	（1）学会界面操作； （2）学会数据输入及格式设置； （3）学会公式、函数、数据分析。
2	EXCEL 在货币时间价值计算中的应用	（1）利用 EXCEL 函数计算现值和终值； （2）利用 EXCEL 函数计算年金； （3）利用 EXCEL 进行货币时间价值的综合应用。	（1）复习货币时间价值的基本知识； （2）掌握利用 EXCEL 计算终值、现值的操作； （3）掌握利用 EXCEL 计算年金终值、现值的操作； （4）掌握利用 EXCEL 进行货币时间价值的综合应用。	（1）掌握有关资金时间价值函数的使用； （2）具备自主学习的能力。
3	EXCEL 在筹资管理中的应用	（1）资金需求量预测； （2）筹资成本分析； （3）杠杆作用分析；	（1）掌握利用 EXCEL 进行销售百分比法和线性回归法的	（1）能在企业筹资管理中熟练使用 EXCEL 进行业务处理；

		（4）筹资决策方法。	资金预测； （2）掌握利用EXCEL进行个别资本成本、综合资本成本及边际资本成本的计算； （3）掌握利用EXCEL进行杠杆系数的计算； （4）了解其他货币资金的核算内容。	（2）具备自主学习的能力。
4	EXCEL在项目投资中的应用	（1）投资决策指标的应用 （2）固定资产折旧的分析方法； （3）固定资产更新决策的分析。	（1）掌握利用EXCEL计算非贴现和贴现指标； （2）掌握利用EXCEL计算固定资产折旧及进行固定资产更新决策。	（1）能在企业项目投资实际中使用EXCEL进行投资决策的分析； （2）具备自主学习的能力。
5	EXCEL在证券投资分析中的应用	（1）股票投资分析； （2）债券投资分析； （3）证券投资组合分析。	（1）掌握利用EXCEL设计不同类型股票的估价模型； （2）掌握利用EXECL进行债券价值及收益的计算； （3）掌握利用EXCEL进行投资组合的计算；	（1）能对不同类型的股票准确应用相应的估价模型； （2）能用EXCEL进行正确的投资组合分析； （3）具备自主学习的能力。
6	EXCEL在流动资产管理中的应用	（1）现金的管理； （2）应收账款的管理； （3）存货的管理	（1）掌握利用EXCEL建立现金决策模型的方法； （2）掌握利用EXCEL建立应收账款各种决策模型；	（1）在企业业务中能用EXCEL建立流动管理的各种模型； （2）能用EXCEL分析各种模型的区别和内在联系；

			（3）掌握利用 EXCEL 建立存货管理模型。	（3）具备自主学习的能力。
7	EXCEL 在利润管理中的应用	（1）目标利润的预测； （2）利润管理。	（1）掌握利用 EXCEL 进行目标利润预测的方法； （2）掌握利用 EXCEL 对利润进行管理的方法。	（1）能在企业业务中使用用 EXCEL 进行比率预测和量本利预测法预测企业利润； （2）能在企业业务中用 EXCEL 设计利润模型对利润进行管理。
8	EXCEL 在财务分析中的应用	（1）财务指标分析； （2）综合分析。	（1）掌握利用 EXCEL 计算财务指标的方法； （2）掌握利用 EXCEL 建立杜邦分析模型和沃尔比重分析模型的方法。	（1）能在企业业务中用 EXCEL 建立财务指标计算模型； （2）能在企业业务中用 EXCEL 建立杜邦分析模型和沃尔比重分析模型。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：基本操作技能（75%）、学习态度（25%）。

各实践操作成绩都由教师评价。

2、期末考试成绩

采用上机操作考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为机试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	EXCEL 的基本应用	4	4	8
2	EXCEL 在货币时间价值计算中的应用	4	4	8
3	EXCEL 在筹资管理中的应用	4	4	8
4	EXCEL 在项目投资中的应用	2	2	4
5	EXCEL 在证券投资分析中的应用	4	4	8
6	EXCEL 在流动资产管理中的应用	3	3	6
7	EXCEL 在利润管理中的应用	2	2	4
8	EXCEL 在财务分析中的应用	1	1	2
	学时总计	24	24	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

EXCEL 在财务管理中的应用（第四版） 作者：周丽媛主编 出版社:东北财经大学出版社

Excel 在财务管理中的应用（第三版）作者:刘捷萍主编 出版社:高等教育出版社

（2）参考书

EXCEL2010 财务应用教程（第二版）作者:丁昌萍主编 出版社:人民邮电出版社

EXCEL 在财务中的应用（第 2 版） 作者：李爱红主编 出版社：电子工业出版社

（3）参考网络资源

https://www.icourse163.org/category/eco-management 中国大学 MOOC

http://online.enetedu.com/hnswxy 全国高校教师网络培训中心

六、说明

1、本课程标准由财务管理专业 EXCEL 在财务管理中的应用专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：周若谷

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2019 年 10 月 2 日

2.《财务分析与决策》课程标准

课程编号：

课程名称：财务分析与决策

课程类型：专业技能课

参考总学时：32　　讲课学时：16　　实践学时：16

学　　分：2

适用对象：财务管理专业

先修课程：基础会计、财务管理

一、课程性质

本课程是财务管理专业开设的一门专业核心课程。

本课程是构成财务管理专业技能的重要组成部分。先修课程包括管理学基础、经济学基础、金融概论、统计学基础、中级会计实务、成本会计、财务管理、管理会计等。后续课程包括高级财务管理、财务管理综合实训等。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程是为培养学生理解和掌握财务分析与决策的基本理论和提高其应用能力而设置的一门专业课。通过本课程的教学，使学生理解财务分析与决策的内容，熟练掌握财务分析与决策的基本理论与方法及其应用过程中的相关技巧，并能解决财务分析与决策方面的实际问题。

（二）具体目标

通过本课程的学习，学生应在知识、能力与素质方面达到如下目标：

知识目标：掌握财务分析与决策的基本原理、基本内容和基本方法。

能力目标：具有较强的财务分析与决策的能力和一定的创新能力。

素质目标：具有严谨的学风和科学的创新意识；具有良好的职业道德和行为规范；具备良好的团队协作意识；具备吃苦耐劳的意志品质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	课程导论	（1）教学大纲介绍（了解）		了解本课程的性

		（2）教学实施安排（了解） （3）课程学习要求（了解） （4）课程在创新思维和创业能力培养中的作用（了解）		质、目标、内容及安排、学习要求等。
2	理论基础	（1）财务分析概论（理解） （2）财务分析的基本方法与技术（掌握） （3）财务分析的信息来源（了解）	案例讨论	掌握并能灵活运用相关分析方法。
3	财务报表的内容与结构分析	（1）资产负债表的内容与结构分析（掌握、应用） （2）利润表的内容与结构分析（掌握、应用） （3）现金流量表的内容与结构分析（掌握、应用） （4）所有者权益变动表的内容与结构分析（理解）	案例讨论	能灵活运用相关分析方法对企业财务报表进行初步分析并能解决实际问题。
4	企业财务能力分析	（1）偿债能力分析（掌握、应用） （2）营运能力分析（掌握、应用） （3）盈利能力分析（掌握、应用） （4）发展能力分析（掌握、应用）	案例讨论	能灵活运用相关分析方法分析企业财务能力并能解决实际问题。
5	企业综合财务分析	（1）综合财务分析概述（了解） （2）沃尔分析法（理解） （3）杜邦分析法（掌握、应用） （4）企业业绩综合评价（理解、应用）	案例讨论	掌握企业综合财务分析并能灵活运用于实际。
6	财务分析报告写作	（1）财务分析报告概述（了解） （2）财务分析报告的内容（理解） （3）财务分析报告的结构和写作方法（理解、应用） （4）财务分析报告写作应注意的问题（理解）	案例讨论	掌握财务分析报表的写作并能灵活运用。

四、课程考核

（一）考核方式

考查。以过程考核为主。

（二）成绩评定细则

1、考勤：20%；

2、上课表现：20%；

3、案例讨论：60%。

案例讨论评分标准：

（1）内容（50 分）

①内容完整度（10 分）；

②问题识别（10 分）；

③论述和决策确认的清晰程度（10 分）；

④结论的正确有效性（10 分）；

⑤对问题的切题回应度（10 分。）

（2）演讲技能（30 分）

①演讲专业程度（包括视觉辅助工具的使用，例如 PowerPoint）（10 分）；

②发声技巧和非语言技巧（10 分）；

③时间分配和团队合作配合程度（10 分）。

（3）问题回答（20 分）

①准确性（10 分）；

②应变能力（10 分）。

五、实施建议

1、学时建议

本课程共 48 学时，第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	课程导论	2	0	2
2	理论基础	2	2	4
3	财务报表的内容与结构分析	4	5	9
4	企业财务能力分析	4	5	9
5	企业综合财务分析	2	4	6
6	财务分析报告写作	2	0	2
	学时总计	16	16	32

2、教学建议

（1）教学方法多样化。以案例教学为主，灵活运用研讨式、启发式、探究式、参与式等教学方法，激发学生思维；以学生为中心，采用任务驱动法、情景模拟法等，结合案例，提高学生学习的目的性，培养学生思考问题、分析问题和解决问题的能力。

（2）教学手段现代化。利用信息化等教学手段，如多媒体、视频等，增加课堂信息

量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成学习小组，每小组 5-6 人左右，实行组长负责制，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《财务报表分析（第四版）》，李昕编，东北财经大学出版社，2017 年。

（2）参考书

①《财务报表分析》，刘翠屏、范秀旺，中国人民大学出版社，2018 年。

②《CEO 财务分析与决策(第 2 版)》，吴世农等编著，清华大学出版社，2013 年。

③《财务报表分析(第二版)》，姚文英编著，东北财经大学出版社，2017 年。

④《财务报表分析（第三版）》，戴欣苗编著，清华大学出版社，2017 年。

⑤《财务报表分析（第四版）》，马丁.弗里德森著，中国人民大学出版社，2016 年。

⑥《财务报表分析与证券估值(第 5 版)》，斯蒂芬 H.佩因曼等，机械工业出版社，2016 年。

⑦《财务报表分析（第 4 版）》，张新民等编，中国人民大学出版社，2017 年。

（3）参考网络资源

①国家统计局：http://www.stats.gov.cn

②中证网：http://www.cs.com.cn

③中国证券网：http://www.cnstock.com

④巨潮资讯：http://www.cninfo.com.cn

⑤新浪财经：http://finance.sina.com.cn

⑥上海证券交易所：http://www.sse.com.cn

⑦深圳证券交易所：http://www.szse.com.cn

⑧国泰安数据库：http://www.gtafe.com

⑨万德数据库：http://www.wind.com.cn

六、说明

1、本课程标准由《财务分析与决策》课程教学团队合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：杨远霞

4、初审（教研室主任或专业带头人）：罗及红

5、二审（二级学院、教学部负责人）：毛政珍

6、审定：柳志

日期：2018 年 5 月 22 日

3.《高级财务管理》课程标准

课程代码：0515002

课程名称：高级财务管理

课程类型：专业必修课

参考总学时：40　　讲课学时：32　　实践学时：8

学　　分：3

适用对象：财务管理专业

先修课程：《管理会计》、《财务管理》、《公司战略与风险管理》

②　课程性质

本课程是财务管理专业专业核心课程。

本课程建议开设在《管理会计》、《财务管理》、《公司战略与风险管理》等课程之后。本课程从财务管理目标出发，以风险与收益相匹配为基本原理，对企业财务活动及财务关系，从财务预测、财务财务决策、财务预算，财务控制及财务分析等环节，系统构建企业现代财务管理知识与方法的重要课程。

通过本课程学习，使学生可以在财务管理基本原理和方法基础上，对公司财务管理的理论及实践中的新颖问题、特殊问题、综合问题有更为全面的理解与掌握，提升财务管理方面的专业意识、执业判断、专业分析和实践运用能力。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程学习，使学生掌握以财物目标为导向，从财务预测至财务分析全过程，对财务活动及财务关系，进行专业职业判断，能合理运用财务管理理论和方法，履行财务管理职责。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）巩固初级和中级财务管理基础理论和方法；

（3）掌握企业治理在完善公司治理中作用；

（4）掌握财务战略对公司战略的支持服务作用；

（5）掌握风险管理及预警机制设计基本原理；

（6）掌握资本运营主要作用及方法程序；

（7）掌握风险投资操作流程及商业计划书撰写分析；

（8）了解国际财务管理特点及风险，帮助企业有效防范控制风险。

2、能力目标

（1）熟练运用企业战略环境及竞争力分析方法进行财务战略分析；

（2）能独立设计风险防范方案及建立风险预警指标；

（3）能根据内外部环境设计内部控制制度及流程；

（4）能运用各种预算编制方法展开预算管理；

（5）能掌握尽职调查方法及具备撰写项目商业计划书，为企业并购、风险投资进行决策；

（6）能掌握并运用业绩评价考核方法帮助企业实现有效激励；

3、素质目标

（1）具备系统思维能力，养成财务思维模式，尤其是风险与收益匹配理念；

（2）及时掌握并合理运用国内、国际法律政策的能力；

（3）养成开阔视野尤其是国际视野，适应全球化发展需要；

（4）养成良好的人际沟通协调能力；

（5）具备数字敏感性和严谨细致的工作习惯；

三、课程内容及要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	**公司财务治理**	（1） 公司治理与财务治理 （2） 公司治理结构 （3） 公司财务治理结构 （4） 集团公司财务治理	案例分析： （1)如何将财务治理融入公司治理机制中？ （2)不同发展阶段企业财务治理 （3)不同类型组织体制公司治理 （4）财务共享中心建立	（1）熟悉现代公司治理结构 （2）熟悉股权设置 （3）掌握财务贡献前提下的财务治理结构设计 （4）掌握财务流程设计方法
2	**财务战略**	（1） 财务战略决策 （2） 财务战略规划 （3） 投资战略 （4） 多元化资本配置 （5） 运营资本战略 （6） 再投资能力	案例分析： (1)财务战略与企业战略关系 (2)财务服务与支持 （3）财务预算	（1） 财务预算编制 （2）财务战略环境分析方法 （3）SWOT 分析法 （4）波特五力模型分

3	**财务预警及财务风险管理**	（1） 风险与财务风险 （2） 企业财务预警方法 （3） 财务风险管理	案例任务： （1）风险源识别 （2）风险评估 （3）风险预警机制设计 （4）风险防范方案设计 （5）内部控制制度设计	（1） 财务风险 （2） 风险管理流程 （3）预警指标设计 （3） 财务风险防范方案设计 （5）内控制度设计
4	**资本运营**	（1） 资本运营概述 （2） IPO 与再融资 （3） 并购决策 （4） 资产重组	案例分析： （1） 企业估值 （2） 公司市值管理 （3） 并购决策 （4） 跨国并购风险防范	（1） IPO （2） 并购 （3） 重组与破产管理 （4）尽职调查 （5）企业估值方法运用
5	**风险投资**	① 风险投资内涵 ② 风险投资动因 ③ 风险投资程序 ⑥ 风险投资退出 ⑦ 吸收风险投资	案例分析： （1）成功商业计划书分析 （1） 背景调查分析 （3）定性与定量分析 任务驱动： （1）展开一次背景调查 （2）撰写一份论证报告	（1）风险投资运作程序； （2）风险投资的运作要求及特点。 （3）能从风险投资企业和被投资企业不同角度展开动因分析； （4）能够撰写风险投资项目评估报告。
6	**企业业绩评价**	①业绩评价要素； ②业绩评价方法； ③薪酬制度设计与有效激励。	案例分析： （1） 业绩评价作用 （2） 业绩评价方法 （3） 薪酬制度比较 任务驱动： 优化一项评价制度	（1）掌握业绩评价要素及内容； （2）掌握业绩评价指标设计的基本原则； （3）掌握不同目标下的业绩评价方法； （4）掌握业绩评价体系尤其是评价指标设计； （5）开展业绩评价及分析。

7	**国际财务管理**	⑧ 国际财务管理概述； ⑨ 外汇管理； ⑩ 融资管理； ② 税收筹划。	案例分析： （1） 国际化失败案例分析； （2） 外汇风险识别； （3） 人民币国际化分析； 任务驱动： 一带一路典型案例总结	（1）掌握国际财务管理概念及特点； （2）掌握外汇风险类型及控制方法； （3）掌握国际融资渠道、资金成本分析。 （4）掌握外汇风险防范方法；

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（10%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践作业（20%）

其中：SWOT 法运用（20%），财务预算报告（20%），尽职调查报告（20%），风险防范方案设计（40%）。

各实践作业成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：高级财务管理知识、原理、方法占 60%，案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务单元	理论课时	实践课时	合计
1	财务治理	4	2	13
2	财务战略	8	2	10
3	财务风险及预警	6	2	5
4	资本运营	6	2	4
5	风险投资	2		6

6	业绩评价与考核	4		8
7	国际财务管理	2		
	课时合计	32	8	40

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 8 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

……

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《高级财务管理》　　立信会计出版社 2010 年

（2）参考书

《企业内部控制制度规范指引》　　财政部会计资格评价中心　中国财政经济出版社

《财务管理案例分析》　闫淑荣编　　清华大学出版社

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中华人民共和国财政部 http://www.mof.gov.cn/

会计之星 http://www.kjzx.cn/

中华财会网 www.e521.com

中国会计视野 www.esnai.com

中华财会学习网　http://www.1000ck.com/

中国财经报 http://www.cfen.com.cn/

中华会计网 http://www.kj2100.com/

六、说明

1、本课程标准由高级财务管理专业教学团队合作制定。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（戴波）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2019 年 10　月　日

4.《公司战略与风险管理》课程标准

一、课程性质

《公司战略与风险管理》是高职院校财务管理专业的一门专业核心课程，本课程是在学习《基础会计》、《成本会计》、《初级会计实务》、《管理会计》、《管理学基础》等课程之后开设的课程。

本课程是构成财务专业职业素养的重要组成部分，该课程使学生对公司战略及风险管理理论及内容有更为全面的理解，在参与企业战略决策与规划，制定财务战略服务支持企业战略，理顺财务关系方面发挥财务作用，为后续课程财务管理、高级财务管理等课程的学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的学习使学生具备参与企业战略决策与规划、制定并实施企业财务战略、完善企业风险管理机制、完善公司治理，设计企业内部控制规范素养与职业技能，培养成为企事业单位从事财务管理岗位的高技能专业人才。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）能参与企业总体战略决策与规划

（2）选择制定财务战略；

（3）组织实施企业财务战略；

（4）能结合企业实际制定与完善内部控制制度；

（5）帮助企业有效防范控制风险。

（6）参与并完善企业公司治理机制。

2、能力目标

（1）具有结合企业具体情况分析企业在公司治理中存在问题能力；

（2）具有结合企业与市场环境分析企业面临风险能力；

（3）具有能够完善公司现有风险管理机制能力；

（4）具有针对公司治理存在问题，提出相应的解决措施的能力；

（5）培养学生具备良好的团队合作意识，将个人价值实现融入企业价值目标之中能力。

3、素质目标

（1）具备一般的逻辑思维与形象思维能力，养成财务思维模式；

（2）能及时掌握相关法律制度规范及政策并合理运用以解决企业实际问题；

（3）培养学生勤于思考及发现问题、分析问题并解决实际问题的能力；

（4）培养学生结合具体环境，合理制定目标并实现目标的基本方法。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	战略管理	（1）战略定义及作用； （2）公司战略层次； （3）战略管理内涵； （4）战略管理变革。	案例分析	掌握公司战略功能、层次与过程； 掌握财务战略与公司战略关系。
2	战略分析	（1）企业内部环境分析； （2）企业外部环境分析； （3）SWOT 分析。	案例分析、讨论：SWOT 分析。	建构系统思维模式 SWOT 分析法运用能力。
3	战略选择	（1）公司总体战略； （2）业务单元战略； （3）职能战略； （4）国际化经营战略。	案例分析、讨论：采购战略制定； 学会如何从企业价值链中提升企业价值； 财务战略制定。	对企业管理循环过程形成完整概念；学会选择。
4	战略实施	（1）公司战略与组织结构； （2）公司战略与企业文化； （3）战略管理中的权力与利益相关者。	案例分析、习题课：熟悉控制制度设计的基本内容；平衡计分卡运用。	懂得战略、组织、文化关系及遵循规则及程序的重要性。
5	公司治理	（1）公司治理的概念及理	案例分析：分析三大公司治理问题	公司治理原则运用

		论； （2）三大公司治理问题； （3）公司内部治理结构和外部治理机制； （4）公司治理的基础设施。		
6	风险与风险管理	（1）风险管理基本原理； （2）风险管理的目标； （3）风险管理基本流程； （4）风险管理体系； （5）风险管理技术与方法。	案例分析：掌握风险管理流程、体系和目标； 习题课：熟悉主要风险管理工具。	明确财务人员在公司治理中的独特作用 树立风险防范意识。
7	内部控制	（1）内部控制概述； （2）内部控制要素； （3）内部控制应用； （4）内部控制评价与审	案例分析、讨论：内部控制在运营、成本管理中的运用。	能够根据企业内部环境情况制定内部控制制度。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

公司战略分析练习(20%)+公司战略选择练习(25%)+风险与风险管理模块练习(25%)+内部控制模块练习（30%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法

为笔试。

其中：风险分析、风险管理知识、原理、方法占 60%，案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	战略与战略管理	2	0	2
2	战略分析	6	2	8
3	战略选择	6	2	8
4	战略实施	6	2	8
5	公司治理	4	0	4
6	风险与风险管理	6	2	8
7	内部控制	2	0	2
	合计	32	8	40

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《公司战略与风险管理》，中国注册会计师协会，经济科学出版社，2018 年

（2）参考书

《企业内部控制制度规范指引》，财政部会计资格评价中心 ，中国财政经济出版社，2018 年

（3）参考网络资源

① 中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

② 中华人民共和国财政部 http://www.mof.gov.cn/

③ 会计之星 http://www.kjzx.cn/

④ 中国会计视野 www.esnai.com

⑤ 中华财会学习网 http://www.1000ck.com/

⑥ 中国财经报 http://www.cfen.com.cn/

⑦ 中华会计网 http://www.kj2100.com/

六、说明

1、本课程标准由公司战略风险与管理专业教学团队、合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：张镱凡

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2019 年 3 月 13 日

5.《管理会计》课程标准

课程代码：0101038

课程名称：管理会计

课程类型：专业核心课、专业能力拓展课

参考总学时：48　　讲课学时：32　　实践学时：16

学　　分：3

适用对象：财务管理、投资理财专业

先修课程：基础会计、财务会计、成本会计

一、课程性质

本课程是会计、统计与会计、会计信息管理专业开设的一门专业基础课程；是会计中高衔接专业开设的一门专业核心课程，它是一门新兴的将现代化管理与会计融为一体的综合性交叉学科。

通过本课程学习，学生了解现代管理会计学在会计学科体系中的地位和作用，掌握管理会计的基本内容和基本理论，学会如何在社会主义市场经济条件下和现代企业制度环境中，进一步加工和运用企业内部财务信息，预测经济前景、参与经营决策、规划经营方针、控制经营过程和考评责任业绩的基本程序、操作技能和基本方法。《管理会计》作为专业核心课程之一，其先修课程包括《基础会计》、《财务会计》、《成本会计》等课程。

二、课程目标

（一）总体目标

《管理会计》是一门理论性与实践性较强的课程，要求学生在理解管理会计的基本理论、基本内容和基本方法的基础上，熟练掌握管理会计的基本核算与分析方法。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）熟悉中西方管理会计的产生和发展历程，并充分认识到经济越发展，管理会计越重要的含义；

（2）熟悉我国管理会计体系的内容；

（3）熟悉预算管理的含义、原则、工具方法、应用环境等基本知识；掌握预算的类型及其编制的方法；

（4）熟悉成本的概念，了解成本的不同分类；熟悉掌握成本管理领域应用的工具方

法；

（5）理解本量利分析的基本原理，掌握保本点分析和目标利润管理的方法；

（6）熟悉绩效管理的原则及应用环境，掌握关键绩效指标法的计算和应用，平衡计分卡的基本原理和应用；

（7）熟悉管理会计的概念及分类，明确管理会计的目标和编制要求；

（8）熟悉责任中心划分、责任评价的方法及内部转移价格的制定。

2、能力目标

（1）能够充分认识到管理会计的重要性，积极宣传和推动管理会计工作；

（2）能熟悉我国管理会计概念框架体系；

（3）能树立正确的职业道德观，为以后从事管理会计工作奠定素质基础；

（4）能够运用预算编制原理和方法，编制各种预算；

（5)能够运用成本管理领域应用的工具方法，结合企业的具体情况进行熟练地应用。

（6）能运用本量利分析的基本原理进行保本点预测和敏感程度分析；

（7）能运用绩效管理基本方法进行单位绩效管理；

（8）能正确评价经济业绩，考核责任单位实绩和成果。

3、素质目标

（1）具备一定的逻辑思维能力和管理决策能力。

（2）具备与决策者和其它相关人员沟通的能力。

（3）具备良好地思想品德素质，做到思想健康、品德优良；具备良好地业务素质，能做好企业管理当局对企业管理的参谋。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求

序号	工作任务模块		课程内容	活动设计	要求
1	管理会计认知	1-1 构建管理会计概念框架体系 1-2 构建管理会计职业道德体系	1.熟悉和理解西方理论、实务界对“管理会计”所作的定义； 2.掌握我国“管理会计”的定义； 3.熟悉中西方管理会计的产生和发展历程，并充分认识到经济越发展，管理会计越重要的含义； 4.熟悉我国管理会计体系建设的步骤；	1.充分认识到管理会计的重要性，积极宣传和推动管理会计工作； 2.能理会经济发展对管理会计的影响； 3.能构架管理会计概念体系，为以后从事管理会计工作提供理论保障； 4.能树立正确的职业道德观，为以后从事管理会计工作奠定素质基础。	1.通过管理会计认知学习，培养学生作为会计人员的业务素质； 2.组织“管理会计讨论”的主题讨论活动，培养学生沟通能力。
2	预算管理	2-1 预算管理认知 2-2 预算编制方法 2-3 全面预算编制	1.理解全面预算的涵义、体系、编制期及编制程序； 2.掌握企业战略目标的确定、经营预算的编制、专门决策预算的编制、财务预算的编制； 3.掌握固定预算和弹性预算、增量预算与零基预算、定期预算与滚动预算等。	1.掌握销售预算、生产预算、直接材料预算、直接人工预算、制造费用预算、单位产品成本预算、销售及管理费用预算、专门决策预算，现金预算的编制； 2.预计利润表、预计资产负债表的编制。	1.理解预算管理的作用、培养学生的未来观，大局观。 2.熟悉各种预算的编制方法，针对不同单位的应用环境正确编制预算。
3	成本管理	3-1 成本管理认知 3-2 目标成本法 3-3 作业成本法 3-4 标准成本法 3-5 变动成本法	1.熟悉成本的概念，了解成本的不同分类； 2.理解成本管理的概念及成本管理的基本原则； 3.熟悉成本管理领域应用的工具方法； 4.掌握常用工具方法的应用	1.熟悉成本的分类，为不同决策服务； 2．正确确定目标成本，实施目标成本管理； 3.运用作业成本法加强企业成本管理； 4.运用标准成本法进行成本分析和核算； 5.正确分解混合成本，建立变动成本线性关系，能够绘制相关图形进行分析。	1.通过学习成本管理的概念和原则，能够理解成本管理的具体内涵； 2.通过学习成本管理领域应用的工具方法，使学生了解在不同内外部环境下可选择的成本管理工具方法。

序号	工作任务模块		课程内容	活动设计	要求
4	营运管理	4-1 营运管理认知 4-2 本量利分析 4-3 边际分析 4-4 敏感分析	1.熟悉营运管理各个阶段管理的内容； 2.理解本量利分析的基本原理； 3.掌握保本点分析的方法； 4.掌握保本点的确定及企业经营安全程度的评价指标； 5.掌握有关因素变动对相关因素的影响； 6.掌握敏感性分析原理并能够进行保本点的敏感性分析； 7.掌握目标利润规划的方法。	1.掌握计算盈亏临界点的方法，会作出临界图； 2.在盈亏临界点分析的基础上延伸出实现目标利润分析。设计实现税前和税后目标利润的模型； 3.掌握有关因素变化对利润变化的影响程度；分析盈亏临界点和目标利润对不同因素变动所作出的反应在敏感性上存在的差异。	1.通过盈亏临界点的学习，设计实现税前和税后目标利润的模型，培养学生管理决策能力； 2.通过多品种本量利分析的方法，培养学生的耐性和意志力； 3. 能分析有关因素变动对利润的敏感程度。
5	绩效管理	5-1 绩效管理认知 5-2 关键绩效指标法 5-3 平衡计分卡	1.熟悉绩效管理的由来，对“绩效管理”的含义有一个全面的认识； 2.掌握关键绩效指标法的计算和应用； 3.掌握平衡计分卡的基本原理	1.通过对关键绩效指标法的学习，能够运用财务和非财务指标对企业绩效管理的考核； 2.通过对平衡计分卡的学习，能够运用平衡计分卡进行绩效考核的设计与管理。	1.通过对绩效管理基本知识的学习，充分认识到绩效管理对企业发展的重要意义； 2.通过对绩效评价方法的学习，培养学生正确运用相关方法进行单位业绩评价。
5	责任会计	6-1 责任会计认知 6-2 内部转移价格 6-3 责任报告与业绩考核	1.了解责任会计的概念； 2.学会合理划分责任中心并科学制定考核指标； 3. 掌握各责任中心考核指标的计算方法； 4.了解内部转移价格的类型及特点； 5.能够合理选择内部转移价格，用于各责任中心之间的结算。	1.建立成本和利润责任中心，编制责任预算，保证企业生产经营目标的实现； 2.通过对各责任中心业绩报告的实际数与预算数的对比，考核评价各责任中心的工作实绩和经营效。	1.通过对责任会计相关知识的学习能正确评价经济业绩，考核责任单位实绩和成果。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

1、平时过程成绩 30%

（1）课堂表现（15%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（15%）

其中：课内实训（50%），作业完成 情况（50%）。

2、期末考试成绩 70%

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程学时 48 学时（其中理学时：32　实训学时：16），教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	学 时 数		
		理论	实践	合计
1	总论	2	0	2
2	成本管理	10	4	14
3	营运管理	6	4	10
4	预算管理	8	4	12
5	绩效管理	2	2	4
6	责任会计	2	0	2
7	综合案例分析	0	2	2
7	复习	2	0	2
合计	学时合计	32	16	48

2、教学建议

（1）立足于加强学生自学能力以及实践操作能力的培养，采用项目教学与案例教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

（2）应用多媒体、投影等教学资源辅助教学，帮助学生熟悉实践工作环境以及理财具体操作。

（3）教学组织团队化，将全班同学分成几个工作小组，每小组 8 人左右，实行组长负责制。案例分析采取小组讨论的方式进行，并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《管理会计》朱佳骅 北京出版集团公司 北京出版社 2019.4

《管理会计实务》，周阅 丁增稳， 高等教育出版社，2018.8

（2）参考书

①《管理会计》，杨月梅 徐芳兰， 中国财政经济出版社，2018.7

②《管理会计基础》，高翠莲，高等教育出版社，2018.8

（3）参考网络资源

①中国管理会计师：http://www.chinacma.cn//

②中国管理会计网：http://www.chinaccma.org/

4、课程资源的开发与利用

为促进教学活动的开展，激发学生的学习兴趣和提高教学效果，应建立了比较完备的教学资源库。主要包括：课程目标、课程标准、课程整体教学设计、课程授课计划、多媒体课件、电子教案、实训教学大纲及实训项目教案、试题库、习题库、案例库、学习资源库等。注重仿真软件的开发利用，如“模拟实习”、“在线答疑”、“日常测试”、“模块考试”等。

六、说明

1、本课程标准由管理会计教学团队合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、课程负责人：李玄

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

李 玄

2019 年 10 月 15 日

6.

《模拟企业经营》课程标准

一、课程性质

本门课程是会计、财务管理、统计与会计核算、会计信息管理专业开设的一门专业核心课程。

本课程根据各专业实际情况开设在高职阶段第四或者五学期，旨在让学生通过学习在完成沙盘模拟经营的过程中，能够对现实企业的运作方式有较为直观的了解，并在演练中熟悉实际工作中各岗位具体工作内容，积累经营管理经验。是在学习《基础会计》、《财务会计》《电算会计》、《成本会计》等专业核心课程之后，以培养学生会计综合职业能力为目标，使学生真正感受一个企业经营者直面的市场竞争的精彩与残酷，承担经营风险与责任，并由此综合提高学生经营管理素质与能力，同时使受训者认知各财务及相关岗位的日常工作内容和职责要求，认知企业财务核算相关表单的填报，认知企业财务核算的内在业务逻辑关系，感知企业信息化软件财务核算与手工财务核算的区别，课程结束后,学生能够在资深财务人员的指导下从事企业日常财务核算工作，为学生毕业后实现零距离就业奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程的主要目的关注企业、企业外部环境、关键岗位、典型任务的工作流程的训练。既要求对仿真环境的体验，又要求完成企业管理决策，还要求完成相应管理流程的任务，达到决策、执行、体验三位一体的实践教学目标。使学生通过模拟公司运营，通过团队合作、企业战略规划、预算、ERP 流程管理等一系列活动，使企业在竞争的市场中获得成功。在经营企业的活动中，感悟如何卓有成效的工作，获得为成果工作的经验。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）手工沙盘部分

- ◆ 认识沙盘
- ◆ 明确分工以及各岗位工作职责、工作内容
- ◆ 熟悉模拟企业经营规则
- ◆ 运营流程表的填列
- ◆ 学会分析市场的基本方法，从营销层面进行市场开发决策、新产品开发、产品组

合与市场决策定位。包括市场、ISO 资格认证、广告投放以及订单选取四个方面。

- 学会初步从从运营层面进行产品研发决策、生产采购流程决策、库存管理、产销结合匹配市场需求。包括厂房，生产线和产品三个方面。
- 学会摆盘

（2）电子沙盘部分

- 能够用业务数据制作各种动态信息，以帮助领导做出决策；
- 能够迅速了解商业运作，熟悉企业经营管理；
- 能够把现代管理理论和企业管理实践相结合

2、能力目标

（1）手工沙盘部分

- 能够根据市场预测进行数据分析，做出初步预算
- 能够体会广告投放的重要性，根据市场投放广告，合理拿单。
- 能够计算产能，能制定生产计划，正确计算原料需求。
- 能够清楚资金来源和去向，正确做出财务预算，把握现金流，努力做到利润最大化。

（2）电子沙盘部分

- 引导学生建立企业经营的大局观
- 锻炼学生分析问题、解决问题的能力
- 加深学生对企业“进、销、存”的理解
- 培养学生的市场预测与决策能力
- 提高学生的团队精神和分工协作意识

3、素质目标

（1）手工沙盘部分

- 培养学生综合运用所学知识的能力，培养学生的实际操作能力；
- 改变思维方式，站在一定高度看事物，具有全局观念
- 具备自主学习的能力；学会思考，养成总结的好习惯

- ◆ 具有团队合作和协作精神，踏实肯干的工作作风。
- ◆ 保持诚信
- ◆ 较强的心理素质

（2）电子沙盘部分

- ◆ 具备自主学习的能力；能够理论联系实际；
- ◆ 培养学生具备良好职业道德和敬业精神。
- ◆ 具有团队合作和协作精神，踏实肯干的工作作风。
- ◆ 培养学生严谨、敬业、坚持准则、实事求是的职业态度。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	认识沙盘	(1)实训动员、学习目标说明、沙盘学习意义； (2)认识物理沙盘、沙盘课程简介； (3)组建团队：人员分工、总经理 CEO、财务总监 CFO、营销总监 CMO 职能、生产总监 COO 职能。	多媒体演示：沙盘是什么？	(1)了解企业的基本情况及市场环境； (2)了解企业职能部门岗位职责，培养团队协作精神
2	规则、流程讲解、操作，战略、战术准备	（1）学习市场规则、销售规则、厂房规则、生产线规则、产品规则、原材料规则、融资规则、费用规则、破产规则、评分标准； （2）盘面介绍、道具使用、盘面操作、经营记录，了解实物沙盘、	讲解：了解盘面	（1）明确模拟企业经营规则； （2）掌握实物沙盘、电子沙盘操流程和方法； （3）战略、战术运用。

		电子沙盘，掌握实物沙盘、电子沙盘的操作流程与方法。		
3	手工沙盘操作	（1）作为新手接手已经正常经营的企业，手把手教初始年运营，并学习运营流程表的填列； （2）掌握如何根据盘面编制会计报表； （3）学生接手作为新一代管理者接手原经营背景的公司，自主经营一年（包括年初工作、季度经营、年末活动、经营活动记录总结、报表编制）； （4）作为新创办公司按照规则和提供的模拟经营背景自主完成1-3年的经营。	操作盘面：进行1-3年的手工沙盘操作	（1）如何投放广告，怎样选单 （2）订购材料 （3）生产产品，确定产能 （4）财务预算，编制报表 ⑤在操作中掌握其他规则 ⑥提高发现问题、解决问题的能力
4	电子沙盘操作	（1）市场规则 （2）企业运营规则 （3）统一设定各企业的初始状态 （4）1-6 年的经营，每年都要进行企业间的评比 （5）战略、战术竞赛分析	分岗位训练：进行1-6年的运营并点评	（1）制造型企业经营所涉及的因素。 （2）企业物流运作的规则企业财务管理、资金流控制运作的规则、企业生产、采购、销售和库存管理的动作规则。 （3）企业面临的市场、竞争对手、未来发展趋分析。 （4）了解自己企业的初始状态并演练1-6年

四、课程考核

1、成绩构成：

课程考核由平时成绩和实践操作两部分组成。

2、考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

3、考核方案、考核内容、标准与方式：

课程的考核采取平时表现与实践操作相结合的方式，实践部分实行“操作验收”制度，其各部分分值比重为：

平时表现占总成绩的 30%：出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌；

实践操作 70%：包括 5 个项目：组织准备工作及基本情况描述、市场规则与企业运营规则、初始状态设定、企业经营竞争模拟、现场案例解析。采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第四或五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认识沙盘	2		2
2	规则、流程讲解、操作，战略、战术准备	10	2	12
3	手工沙盘操作	4	10	14
4	电子沙盘操作	8	12	20
	学时总计	24	24	48

2、教学建议

（1）教学模式

教学中，教师应尽可能运用现代化、多样化的信息技术手段实施理论教学和实践指导，做到理实一体，提高教学效率与效果。

（2）教学方法

第一，案例教学法，让学生通过观看企业实际流程，让学生形成学习意识，增强教学效果。

第二，启发式教学法，教学中应注意倡导启发式教学，充分调动学生学习的主动性和

积极性，理解企业相关的经营流程。

第三，边学边练，让学生动手操作一个企业经营下去；

第四，教学中，教师应积极引导学生提升职业素养。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《VBSE 课程》校本教材；

（《企业经营管理模拟实训》杨静，电子科技大学出版社：2015 年

（2）参考书

《综合会计实训》　樊彩霞　中国纺织出版社

《会计仿真实验教程》　闫淑荣编　清华大学出版社

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中华人民共和国财政部 http://www.mof.gov.cn/

会计之星 http://www.kjzx.cn/

中华会计网校　http://www.chinaacc.com/

东奥会计在线　http://www.dongao.com/

中华财会网 www.e521.com

中国会计视野 www.esnai.com

中华财会学习网　http://www.1000ck.com/

中国财经报 http://www.cfen.com.cn/

中华会计网 http://www.kj2100.com/

4、校内实践教学条件利用（或开发）建议

沙盘模拟系统可用于模拟经营活动实践操作，在仿真企业环境中，以企业业务流程为主线，在各个企业内部要设置各种主要业务工作岗位，并建立起各个业务岗位的管理工作职能及其相互之间的有机联系，将各个业务部门、各个职能岗位有机地连接在一起，让学生体会到自己在流程中所处的位置和应完成的工作，了解和掌握各个岗位的业务处理程序和方法以及岗位之间、单位之间业务联系的途径和方式，体会企业基于流程的运作模式，

从而达到树立全局观念、增强业务工作能力的目的。

实训室需要准备下列实训设施：

（1）多媒体教学设备，如服务器、液晶投影仪、教师用计算机、局域网架构， 学生电脑，交换机、网线等等

（2）新道新沙盘系统

（3）企业经营管理物理沙盘一套

（4）杀毒软件

（5）打印机，提前准备好运营表、订单登记表、资产负债表、利润表、综合费用表等相关表格。

六、说明

1、本课程标准由财经类专业教学团队合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：李添瑜

4、初审（教研室主任或专业带头人）：李添瑜

5、二审（二级学院、教学部负责人）：毛政珍

6、审定：

日期： 2019 年 9月27 日

7.《纳税实务》课程标准

一、课程性质

《纳税实务》是高职院校会计、财务管理、统计与会计核算、会计信息管理专业的一门专业群共享课程。

本课程是构成专业基本能力——会计技能的重要组成部分。该课程既研究税收工作中的会计问题，也研究会计工作中的税收问题，是一门融税收法规制度和会计核算于一体的核心课程。本课程是在学习《基础会计》、《初级会计实务》之后，将税收法律、法规与企业财务会计知识融合一起的一门实务性课程。为后续课程《会计综合实训》等学习奠定基础。学生通过对该课程的学习，掌握各税收政策的制定原理、计算方法及会计处理方法，达到的岗位目标是各类企业的税务会计核算岗位、财务管理岗位、纳税申报岗位，要求从业者能够熟练进行税收的计算、纳税的申报。同时还注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养，为学生专业职业能力的提升奠定了基础。

二、课程目标

（一）总体目标

运用培养学生实践能力和创新能力的现代教学理念，组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生扎实掌握企业税务会计核算的基本方法，具备处理企业税务事项的实际能力，全面地掌握税务会计岗位的业务技能并拥有更好地履行其岗位职责的能力。使学生具备对各种税收的核算能力，纳税申报能力及筹划能力。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）了解税收基础知识、发票的领购方法与流程、了解纳税申报流程、缴纳税款的方法、变更及停、复业税务登记、注销税务登记；

（2）掌握增值税一般纳税人应纳税额、小规模纳税人应纳税额、进口货物应纳税额的计算；

（3）掌握一般纳税人的纳税申报和小规模纳税人的纳税申报；

（4）熟悉出口货物退税额的计算和出口货物退（免）税的管理；

（5）掌握消费税直接对外销售应税消费品的应纳税额、自产自用应税消费品的应纳税额、委托加工应税消费品的应纳税额、进口应税消费品的应纳税额的计算；

（6）掌握企业消费税纳税申报表的填报、“税款缴款书”缴纳消费税税款的开具和出口应税消费品应退税额的计算；

（7）掌握企业所得税应纳税所得额、本年度应纳所得税额和核定征收企业的应纳所得税额的计算；

（8）熟悉企业所得税月（季）度预缴纳税申报表、企业所得税年度纳税申报表的填报、熟悉办理汇算清缴相关手续和开具“税收缴款书”结算税款；

（9）掌握个人所得税工资、薪金所得、个体工商户生产经营所得、企事业单位承包、承租经营所得、劳务报酬所得、稿酬所得、特许权使用费所得、财产租赁所得、财产转让所得、利息、股息、红利所得和偶然所得的应纳个人所得税计算；

（10）熟悉填写扣缴个人所得税纳税申报表和办理个人所得税纳税申报相关手续。

（11）掌握关税、资源税、城镇土地使用税、房产税、契税、土地增值税、车辆购置税、车船税、印花税、城市维护建设税及环境保护税的应纳税额的计算及纳税申报。

2、能力目标

（1）能认知税法与企业财务相关知识，熟悉纳税工作流程；

（2）能根据企业经济业务确定其纳税义务及所涉及的税种、税目、税率和计税依据；

（3）能依据企业经济业务的具体情况，运用税法规定的减免税优惠政策；

（4）能根据企业经济业务发生的具体情况，确定纳税义务的发生时间；

（5）能准确计算企业当期应纳税额；

（6）能填写相关税种的纳税申报表；

（7）能根据税法规定选择纳税地点及时办理纳税申报和税款缴纳手续；

（8）能与税务、银行等涉税业务机构进行交流沟通。

3、素质目标

（1）具备勤于思考、认真工作的良好作风；

（2）具备自主学习的能力；

（3）具备理解企业管理基本要素的能力；

（4）具备良好的团队协作意识；

（5）具备严谨、敬业的职业态度。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	**纳税实务概述**	（一）税收的概念与形式特征 1.税收的概念 2.税收的形式特征 （二）税收的职能与作用 1.税收的职能 2.税收的作用 （三）税收制度的构成要素 1.纳税人 2.征税对象 3.税率 4.纳税环节 5.纳税期限 6.减免税 7.违章处理 （四）税收分类 1.以征税对象为标准的分类 （1）流转税类：增值税、消费税、营业税、关税等； （2）所得税类：企业所得税、个人所得税等； （3）财产税类：房产税、契税、车船税等； （4）资源税类：资源税、城镇土地使用税、耕地占用税等； （5）行为税类：印花税、车辆购置税、城市维护建设税等； 2.以计税依据为标准的分类 3.以税收收入的归属权不同为标准的分类 4.其他分类标准 （五）纳税会计凭证及纳税义务流程	教师提出相应的问题，导入学生对纳税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能对相关纳税概述及理念进行理解掌握。	1．掌握税收基础知识，能进行开业税务登记，熟悉发票的领购方法与流程；2．熟悉纳税申报流程，掌握缴纳税款的方法、变更及停、复业、注销税务登记。
2	**增值税纳税实务**	（一） 增值税概述 （二） 征税制度 1.纳税义务人 2.征税范围 3.税率 4.了解税收优惠，包括免税项目和增值税的起征点 （三）增值税应纳税额计算 1.一般纳税人应纳税额的计算：应纳增值税额=当期销项税额—当期进项税额 2.小规模纳税人应纳税额的计算 3.进口货物应纳税额的计算	教师提出相应的问题，导入学生对增值税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况	1．掌握增值税应纳税额的计算；2．掌握增值税纳税

		组成计税价格=关税完税价格+关税+消费税 应纳税额=组成计税价格*税率 （四）出口货物退税 （五）增值税的征税管理 （六）掌握增值税防伪税控系统的操作	进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对增值税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	申报表的编制。
3	**消费税纳税实务**	（一）消费税概述 （二）消费税的征税制度 （三）消费税应纳税额的计算 1.从价定率计税方法 2.从量定额计税方法 3.复合计税方法 4.有税额扣除的应纳税额计算 （四）消费税的征税管理 1.纳税义务发生时间、纳税期限、纳税环节、纳税地点 2.纳税申报	教师提出相应的问题，导入学生对消费税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对消费税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	1．掌握消费税应纳税额的计算； 2．掌握消费税纳税申报表的编制。
4	**关税纳税实务**	（一）关税概述 （二）关税的征税制度 1.纳税义务人 2.征税对象 3.进出口货物关税税率的设置和适用 4.税收优惠 （三）关税应纳税额的计算 1.关税完税价格 2.应纳税额的计算 （四）关税的征税管理	教师提出相应的问题，导入学生对关税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对关税的核算及账务处理。	1．掌握关税应纳税额的计算； 2．熟悉关税纳税申报表的编制。
5	**企业所得税纳税实务**	（一）企业所得税概述 （二）企业所得税的征税制度 1.纳税义务人 2.税率：25% 3.税收优惠	教师提出相应的问题，导入学生对企业所得税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引	1 掌握企业所得税应纳税

		（三）企业所得税应纳税所得额的确定 1.应税收入的确认 2.准予扣除项目的确定 3.不得扣除项目的确定 4.亏损弥补 5.资产的税务处理 （四）企业所得税的计算 （五）企业所得税的征税管理	导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对企业所得税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	额的计算； 2．掌握企业所得税纳税申报表的编制。
6	**个人所得税纳税实务**	（一）个人所得税概述 1.个人所得税概念 2.我国个人所得税的作用 （二）个人所得税的征收制度 1.纳税义务人 2.征税对象 3.税率 4.税收优惠 （三）个人所得税应纳税额的计算 1.应纳税所得额的确定 2.应纳税额的计算 （四）个人所得税的征税管理 1.自行申报纳税 2.代扣代缴	教师提出相应的问题，导入学生对个人所得税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对个人所得税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	1．掌握个人所得税应纳税额的计算； 2．掌握个人所得税的纳税申报。
7	**资源税和环境保护税纳税实务**	（一）资源税 1.资源税纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.减免税优惠 5.应纳税额的计算 6.征税管理 （二）城镇土地使用税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率 5.减免税	教师提出相应的问题，导入学生对资源税、土地增值税、城镇土地使用税及环境保护税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况	1．了解资源税、城镇土地使用税、土地增值税的基本内容； 2．掌

		6.应纳税额的计算 7.征税管理 （三）土地增值税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率 5.减免税 6.应纳税额的计算 7.征税管理 （四）环境保护税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率 5.减免税 6.应纳税额的计算 7.征税管理	进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对资源税、土地增值税、城镇土地使用税及环境保护税的核算及账务处理。	握资源税、城镇土地使用税、土地增值税的计算和会计处理； 3.完成相关税种的实训作业。
8	**财产和行为税纳税实务**	（一）房产税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据及税率 4. 减免税优惠 5. 应纳税额 6.征税管理 （二）契税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率：3-5%幅度比例税率 5.减免税优惠 6.应纳税额：应纳税额=计税依据*税率 7.征税管理 （1）纳税义务发生时间 （2）纳税期限 （3）纳税地点 （4）纳税申报 （三）车船税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税标准：按车船的种类和性能，分别确定为辆、净吨位和载重吨位 4.税率	教师提出相应的问题，导入学生对房产税、契税、印花税及车船税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对房产税、契税、印花税及车船税的核算及账务处理。	1.对各财产和行为税的纳税人、征税范围、税率、计税依据、征税方法等基本问题有一个全面深入的认识； 2.应用上述知识计

		5.减免税优惠 6.应纳税额 7.征税管理 （四）印花税 1.纳税人 2.征税对象 3.税率： 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征税管理 （1）纳税办法 （2）违章处罚		算财产和行为税的应纳税额以及进行会计账务处理； 3. 完成相关税种的实训作业。
9	**特定目的税纳税实务**	（一）城市维护建设税 1.纳税人 2.计税依据 3.税率：分三档：7%，5%，1% 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征收管理 （二）车辆购置税 1.纳税人 2.征税对象 3.税率：10% 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征税管理	教师提出相应的问题，导入学生对城市维护建设税及车辆购置税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对城市维护建设税及车辆购置税的核算及账务处理。	1. 了解城市维护建设税及车辆购置税特点内容； 2. 掌握上述税种的计算，正确进行会计处理； 3. 完成相关内容的实训及作

				业。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（10%）

出勤率＋学习态度＋课堂表现＋精神面貌

（2）实践操作（20%）

5 个项目:实践操作设计了内容细化的项目考核评价表,包括:基本操作技能(65%)、学习态度(15%)、实训报告撰写(20%),采取学生自评及老师评价方式,注重过程考核。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。期末考试成绩题型为：单选题＋多选题＋判断题＋计算分析题。

具体方案见下表：

表 2 课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	课堂表现	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	增值税专用发票的开具 增值税纳税申报表的编制 消费税纳税申报表的编制 企业所得税纳税申报表的编制 个人所得税纳税申报表的编制	依据老师评价方式	20%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题	闭卷考试	70%

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 64 学时，建议在第三学期开设。教学学时分配建议如下表 3 所示。

表 3 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	介绍课程标准及纳税实务概述	2	2	4
2	增值税纳税实务	6	6	12
3	消费税纳税实务	4	4	8
4	关税纳税实务	2	2	4
5	企业所得税纳税实务	5	5	10
6	个人所得税纳税实务	5	5	10
7	资源税和环境保护税纳税实务	3	3	6
8	财产和行为税纳税实务	3	3	6
9	特定目的税纳税实务	2	2	4
	合计	32	32	64

2、教学建议

（1）软硬件条件

1）实训条件手工模拟实训室：应配有手工模拟操作台 200 座，示教台，实物投影仪，多媒体教学设备、文件柜，手工操作用的凭证，账簿、报表，纳税申报表，标准工作用品，凭证装订机，会计作业流程动态显示图等手工模拟实验使用的必备用具。

2）配备多媒体教室，将多媒体等现代化的教学手段引入课堂教学，提高课程教学的趣味性、实效性。

（2）师资条件

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有企业会计工作经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念;具备宽广厚实的普通文化知识、学科内容知识、教育教学知识以及实践知识；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系,身心素质合格。

（3）教学方法多样化

采用任务驱动教学法，边学边做，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。

（4）教学手段现代化

利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂实训信息量，提高课堂教学效率。

（5）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 7 人左右，小组工作按企业化规律，实行 CEO 负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以企业典型工作任务为主线，将纳税实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

周伟华.《纳税实务》.（第 1 版）.中国财政经济出版社.2016 年 08 月

（2）参考书

《税务会计》大连理工大学出版社　郭传章主编

《纳税筹划》东北财经大学出版社　查万能主编

《税法》科学经济出版社

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中华人民共和国财政部 http://www.mof.gov.cn/

会计之星 http://www.kjzx.cn/

中华会计网校　http://www.chinaacc.com/

东奥会计在线　http://www.dongao.com/

中华财会网 www.e521.com

中国会计视野 www.esnai.com

国家税务总局 http://www.chinatax.gov.cn

中国税网 http://www.ctaxnews.com.cn

中国税务网 http://www.ctax.org.cn

中国税务报电子版 http://www.ctaxnews.net.cn

中华财税信息网 http://www.taxguide.net.cn

企业税务咨询网 http://www.cax.iin.cn

中国纳税服务网 http://www.12366.net.cn

4、校内外实践教学条件利用建议

（1）校内实训条件利用建议

纳税实务实训机房，帮助学生用软件在申报系统进行各税种纳税申报表的编制。可用于第四学期的财务会计实训，进行网中网软件的分岗实训，也可用于会计综合实训。

（2）校外实践教学条件利用建议

湖南省鞭炮烟花进出口公司、湖南三鑫医药有限公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真实训情境。

六、说明

1、本课程标准由会计学院会计专业《纳税实务》教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：洪娟

4、初审（教研室主任或专业带头人）：李添瑜

5、二审（二级学院、教学部负责人）：毛政珍

6、审定：

日期： 2019 年 6 月 21 日

8.《纳税实务》课程标准

一、课程性质

本门课程是财务管理专业开设的一门专业核心课程

本课程是构成专业基本能力—纳税实务技能的重要组成部分。开设在基础会计、会计课程后，为后续课程纳税实务实训等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解税法的内容，理解各税收实体法的基本理论和基本方法，掌握纳税实务中实体税的纳税义务人、征税对象、征税范围、税率、减税免税、应纳税额的计算、征收管理的基本内容和主要特点，并能对相关税务案例进行分析、研究，能初步解决纳税申报方面的实际问题。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）认识我国纳税环境；

（2）能正确应用税法办理税务登记、处理各项经济业务纳税申报。

（3）掌握流转税的基本要素、核算与处理。

（4）掌握资源税的基本要素、核算与处理。

（5）掌握所得税的基本要素、核算与处理。

（6）掌握财产税的基本要素、核算与处理。

（7）掌握行为目的税的基本要素、核算与处理。

（8）掌握税收征管法的有关规定。

2、能力目标

（1）能结合自己比较熟悉或了解的某个特定企业进行纳税环境的分析；

（2）能迅速领会新的税收法律法规精神；

（3）培养学生勤于思考、认真工作的良好作风；

（4）培养学生收集资料、阅读资料和利用资料的能力

（5）培养学生综合运用税务知识进行纳税申报的能力

（6）培养学生分析问题、解决问题的能力。

3、素质目标

（1）具备强烈诚信纳税意识；

（2）具备良好的团队协作意识；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质；

（4）具备会计人员应有的职业修养和职业素质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	税收法律制度概述	（1）税收与税收法律关系； （2）税法要素； （3）现行税种与征收机关。 (4) 税收征收管理法律制度	认知实习：组织学生观看税务总局网站相关视频，感悟、认知纳税申报流程。	掌握税法基础知识和税收征收管理法基础知识，在纳税实践活动中正确理解并应用，树立诚信纳税观念。
2	增值税法	（1）纳税人与扣缴义务人； （2）征税范围 ； （3）税率与征收率； （4）应纳税额的计算； （5）税收优惠； （6）征收管理； （7)专用发票的使用及管理。	案例分析、讨论：增值税纳税义务人、征税对象、征税范围、税率、进项税、销项税、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳增值税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
3	消费税法	（1）纳税义务人； （2）征税范围； （3）税目； （4）税率； （5）应纳税额的计算； （6）征收管理。	案例分析、讨论：消费税纳税义务人、征税对象、税目、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳消费税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
4	企业所得税法	（1）纳税义务人； （2）征税对象； （3）税率； （4）应纳税所得额的计算；	案例分析、讨论：企业所得税纳税义务人、征税对象、税率、应纳税所得额及应纳所得税的计算，税收	能对纳税人缴纳企业所得税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。

		(5)资产的税务处理； （6）税收优惠； （7）应纳税额的计算； （8）征收管理。	优惠、纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	
5	个人所得税法	（1)纳税义务人和所得来源的确定； （2）应税所得项目； （3）税率 （4）应纳税所得额的确定； （5）应纳税额的计算； （6)）税收优惠； （7）征收管理。	案例分析、讨论：个人所得税纳税义务人、征税范围、税率、应纳税所得额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳个人所得税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
6	房产税法	（1） 纳税义务人 （2） 征税范围； （3） 税率； （4） 计税依据； （5） 应纳税额的计算； （6） 税收优惠； （7） 征收管理。	案例分析、讨论：房产税纳税义务人、征税范围、税率、应纳税所得额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳房产税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
7	契税法	（1）纳税义务人； （2）征税范围； （3）税率； （4）计税依据； （5）应纳税额的计算； （6）税收优惠； （7）征收管理。	案例分析、讨论：契税纳税义务人、征税范围、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳契税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
8	土地增值税法	（1） 纳税义务人 （2） 征税范围； （3） 税率； （4） 计税依据； （5） 应纳税额的计	案例分析、讨论：土地增值税纳税义务人、征税范围、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申	能对纳税人缴纳土地增值税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。

		算； （6） 税收优惠； （7） 征收管理。	报表的填制。	
9	城镇土地使用税法	（1） 纳税义务人 （2） 征税范围； （3） 税率； （4） 计税依据； （5） 应纳税额的计算； （6） 税收优惠； （7） 征收管理。	案例分析、讨论：城镇土地使用税纳税义务人、征税范围、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳城镇土地使用税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
10	车船税法	(1) 纳税义务人 (2) 征税范围； (3) 税目； (4) 税率； (5) 计税依据 (6) 应纳税额的计算； (7) 税收优惠； (8) 征收管理。	案例分析、讨论：车船税纳税义务人、征税范围、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳车船税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
11	印花税法	(1) 纳税义务人； (2) 征税范围； (3) 税目； (4) 税率； (5) 应纳税额的计算； (6) 税收优惠； (7) 征收管理。	案例分析、讨论：印花税纳税义务人、征税范围、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳印花税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
12	资源税法	（1） 纳税义务人； （2） 征税范围； （3） 税目； （4） 税率 ； （5） 计税依据； （6） 应纳税额的计算；	案例分析、讨论：资源税纳税义务人、税目、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳资源税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。

		（7） 税收优惠； （8） 征收管理。		
13	城市维护建设税法和教育费附加	1、城市维护建设税法 （1） 纳税义务人； （2） 税率； （3） 计税依据； （4） 应纳税额的计算； （5）税收优惠； （6）征收管理。 2、教育费附加 （1）征税范围； （2）计征依据； （3）征收比率； （4）计算与缴纳； （5）减免税规定。	案例分析、讨论：城市维护建设税和教育费附加纳税义务人、税目、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳城市维护建设税和教育费附加进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
14	关税法	（1） 纳税义务人； （2） 征税对象和税目； （3） 税率； （4） 计税依据； （5） 应纳税额的计算； （6） 税收优惠； （7） 征收管理。	案例分析、讨论：关税纳税义务人、征税对象、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳船舶吨税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
15	环境保护税法	（1）纳税义务人； （2）税目； （3）税率； （4）计税依据； （5）应纳税额的计算； （6）税收优惠； （7）征收管理	案例分析、讨论：环境保护税纳税义务人、税目、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳环境保护税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
16	车辆购置税法	（1） 纳税义务人； （2） 征税范围； （3） 税率； （4） 计税依据；	案例分析、讨论：车辆购置税纳税义务人、税目、税率、应纳税额计算，纳税期	能对纳税人缴纳车辆购置进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。

		（5） 应纳税额的计算； （6） 税收优惠； （7） 征收管理。	限、地点及纳税申报表的填制。	
17	耕地占用税法	（1）纳税义务人； （2）征税范围； （3）税率； （4）计税依据； （5）应纳税额的计算； （6）税收优惠 （7）征收管理。	案例分析、讨论：耕地占用税纳税义务人、征税范围、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳耕地占用税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
19	船舶吨税法	（1）纳税人； （2）税目税率； （3）计税依据； （4）应纳税额的计算； （5）税收优惠； （6）征收管理。	案例分析、讨论：船舶吨税纳税义务人、征税对象、税率、应纳税额计算，纳税期限、地点及纳税申报表的填制。	能对纳税人缴纳船舶吨税进行分析计算并能解决纳税申报实际问题。
20	税收征收管理法律制度	（1） 税务管理； （2） 税款征收与税务检查； （3） 税务行政复议； （4） 法律责任。	认知实习：组织学生到税务总局网站观看相关视频，学习、感悟、认知税收征收管理。	掌握税收征收管理法基础知识，在纳税实践活动中正确理解并应用，树立诚信纳税观念。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：应纳税额计算（40%），基本操作技能（20%），纳税申报表填制（20%），实训报告撰写（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：税务知识、原理、方法占 60%，税务案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 64 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	税收法律制度概述	4	0	4
2	增值税法	8	8	16
3	消费税法	4	2	6
4	企业所得税法	6	6	12
5	个人所得税法	4	4	8
6	城市维护建设税法、教育费附加和烟叶税法	2	0	2
7	关税法和船舶吨税法	2	2	4
8	资源税法和环境保护税法	2	0	2
9	城镇土地使用税法和耕地占用税法	2	0	2
10	房产税法、契税法和土地增值税法	2	4	6
11	车辆购置税法、车船税法和印花税法	2	0	2
12	税收征收管理法律制度	2	0	2
	学时总计	32	32	64

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）参考教材

2019 年度初级会计师全国统一考试指定辅导教材《经济法基础》北京：中国财经经济出版社，2018.10

（2）参考书

国家税务总局税务师管理中心， 《税法（Ⅰ、II)》， 全国税务师执业资格考试指定教材

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中华人民共和国财政部 http://www.mof.gov.cn/

中华会计网校 http://www.chinaacc.com

东奥会计在线 http://www.dongao.com/

国家税务总局 http://www.chinatax.gov.cn

中国税网 http://www.ctaxnews.com.cn

中国税务网 http://www.ctax.org.cn

中国税务报电子版 http://www.ctaxnews.net.cn

中华财税信息网 http://www.taxguide.net.cn

企业税务咨询网 http://www.cax.iin.cn

中国纳税服务网 http://www.12366.net.cn

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

校内实训条件利用（或开发）建议

财刀网、网中网模拟纳税系统可用于模拟纳税申报实践操作，帮助学生了解纳税申报活动过程。

六、说明

1、本课程标准由税法专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：周蓉晖

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2019 年 10 月 13 日

9.《企业内部控制》课程标准

一、课程性质

本门课程是财务管理专业开设的一门专业能力拓展课程，是管理类最基本、最综合的观念思维导入课程，是所有管理类岗位的理论和操作指南，同时为后续的专业课程中涉及内部控制体系设计、评价与审计方面能力的培训和将来实际工作提供支持和帮助。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生掌握和了解内部控制的一些基本理论与基本框架，尤其是掌握 企业主要业务内部控制，如：资金活动内部控制、采购业务内部控制、资产管理内部控制、销售业务内部控制、财务报告内部控制等方面的内容学习，以确保学生充分就业后在企业各部门均能发挥应有的功能。它包括:(1)建立和完善符合现代管理要求的内部组织结构,形成科学的决策机制、执行机制和监督机制,确保单位经营管理目标的实现。(2)建立行之有效的风险控制系统,强化风险管理,确保单位各项业务活动的健康运行。(3)堵塞、消除隐患,防止并及时发现和纠正各种欺诈、舞弊行为,保护单位财产的安全完整。(4)规范单位会计行为,保证会计资料真实、完整,提高会计信息质量。(5)确保国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）掌握企业内部控制的含义以及内部控制整合框架阶段的特点；

（2）掌握公司治理的含义与内控的控制方法；

（3）熟悉我国企业内控的目标与原则

（4）企业内部控制环境：发展战略、人力资源、企业文化、社会责任等；

（5）企业内部控制应用：资金活动、采购业务、资产管理、销售业务等；

（6）企业内控支持系统：全面预算、合同管理、内部信息传递、信息系统等。

2、能力目标

（1）能根据内控的含义熟悉了解能控的分类及作用；

（2）能够根据企业内控的基本规范的主要内容了解一些规范出台的背景；

（3）通过企业内部控制环境、应用和支持系统等更多的了解内控审计与财务报告审计之间的联系与区别，在企业中能更好的区分。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计
1	企业内部控制导论	1. 企业内部控制概述 2. 国外内部控制的演进历程	1. 掌握企业内部控制的含义； 2. 掌握西方内部控制的发展历程； 3. 熟悉内部控制整合框架阶段的特点； 4. 熟悉基于风险管理内部控制的特点
2	内部控制基本理论	1. 内部控制假设 2. 内部控制方法 3. 公司治理下的内部控制	1. 掌握公司治理的含义 2. 掌握公司治理与内部控制的关系 3. 熟悉企业内部控制方法 4. 理解委托代理理论
3	我国企业内部控制基本框架	1. 我国企业内部控制的建设历程 2. 我国内部控制规范的框架体系	1. 掌握我国内部控制的目标 2. 掌握我国内部控制的原则 3. 熟悉我国企业内部控制规范的框架体系 4. 熟悉企业内部控制基本规范的主要内容
4	企业内部控制环境	1. 内部环境概述 2. 组织架构 3. 发展战略 4. 人力资源 5. 社会责任 6. 企业文化	熟悉和掌握企业内部控制环境指引--组织架构、发展战略、人力资源、社会责任、企业文化。
5	企业主要业务内部控制	1. 资金活动内部控制 2. 采购业务内部控制 3. 资产管理控制 4. 销售业务内部控制 5. 财务报告内部控制	熟悉和掌握企业内部控制应用指引---资金活动内部控制、采购业务内部控制、资产管理控制、销售业务内部控制、财务报告内部控制。
6	企业其他业务活动内	1. 研究与开发活动内部控制 2. 工程项目内部控制	熟悉和掌握企业内部控制应用指引---研究与开发活动内部控制、工程项目内部控制、担保业务内部控制、

	部控制	3. 担保业务内部控制 4. 业务外包活动内部控制	业务外包活动内部控制。
7	企业内部控制活动支持系统	1. 全面预算 2. 合同管理 3. 内部信息传递 4. 信息系统	熟悉和掌握企业内部控制应用指引---全面预算、合同管理、内部信息传递、信息系统。
8	企业内部控制评价	1. 内部控制评价概述 2. 内部控制缺陷的认定 3. 内部控制评价工作底稿与报告	1. 掌握内部控制评价的方法、程序、内容 2. 熟悉内部控制工作底稿的填写 3. 了解内部控制评价的原则
9	企业内部控制审计	1. 内部控制审计概述 2. 内部控制审计组织 3. 内部控制审计报告	1. 掌握内部控制报告审计的类型、内容； 2. 熟悉内部控制审计组织实施 3. 了解内部控制审计与财务报告审计的联系与区别。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：营销知识、原理、方法占 60%，营销案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 40 学时，2.5 学分。建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	企业内部控制导论	2	0	2
2	内部控制基本理论	2	1	3
3	我国企业内部控制基本框架	2	1	3
4	企业内部控制环境	4	1	5
5	企业主要业务内部控制	4	1	5
6	企业其他业务活动内部控制	4	1	5
7	企业内部控制活动支持系统	4	1	5
8	企业内部控制评价	4	1	5
9	企业内部控制审计	4	1	5
10	其他（机动）	2	0	2
学时总计		32	8	40

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家规划教材为首选。

（2）参考书

《内部控制》第二版，潘琰，高等教育出版社，2018

《企业内部控制审计》第二版，盛永志、唐秋玲，清华大学出版社，2017

《内部控制理论与实务》第二版，张俊民，东北财经大写出版社，2016

（3）参考网络资源

（1）中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

（2）中国教育网 http://www.cer.net/

（3）中国企业战略传播网 http://www.glr163.com/

（4）中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

六、说明

1、本课程标准由企业管理专业教学团队等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：袁金妗

4、初审（教研室主任或专业带头人）：罗及红

5、二审（二级学院、教学部负责人）：徐志刚

6、审定：柳志

日期：2019 年 10 月 6 日

2020 年核心课程标准

目　录

1.市场营销专业（1-48）

2.物流管理专业（49-90）

3.连锁经营管理专业（91-140）

4.茶艺与茶叶营销（141-199）

5.财务管理专业（200-288）

市场营销专业

1.《公共关系实务》课程标准

课程代码：0205030

课程名称：公共关系实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：22 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《商务礼仪》、《市场调查实务》

后修课程：《市场营销策划》、《品牌经营与管理》、《客户服务与管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程。为适应世界经济全球化发展，使学生掌握利用沟通手段维护企业形象，把握企业生存与发展的内外部环境变化，不断提升学生对企业内外部公关事务以及公关危机的处理能力，也为培养理论基础扎实，实践能力过硬的德才兼备的具有公关事务处理能力的营销人才，特设立《公共关系实务》课。本课程开设在《消费者行为学》、《市场营销实务》、《商务礼仪》、《市场调查实务》之后，为后续课程《市场营销策划》、《品牌经营与管理》、《客户服务与管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解公共关系行业的基本知识，熟悉公共关系的发展状况，掌握公共关系构成要素、公共关系工作程序、公关专题活动设计，公共关系危机处理，公共关系礼仪等主要内容。进而能够让学生利用沟通手段去维护企业的形象，准确把握企业生存与发展的内外部环境变化，不断提升学生处理公关危机的能力。

（二）具体目标

1、知识目标

(1) 正确认识公共关系现象，了解公共关系的基本概念；

(2) 熟悉公共关系的产生与发展状况；

(3) 掌握公共关系构成要素，公共关系工作程序，专题活动设计，公共关系危机处理，公共关系礼仪等主要内容。

2、能力目标

(1) 能利用传播沟通媒介如宣传片、电视、网络等维护企业的形象；

(2) 能够撰写公关活动策划方案，并根据方案予以实施与活动效果的评估；

(3) 能够准确把握企业生存与发展的内外部环境变化，进行舆情监测，不断提升学生企业内外公关事务以及公关危机处理的能力。

3、素质目标

（1）培养学生强烈的营销职业道德品质和法律意识。

（2）注重公共关系基本理论的学习和公共活动的策划，强调学以致用能力的培养。

（3）培养学生的全员公关意识。

（4）企业信誉形象至上观念。

（5）培养学生实事求是、严谨、敬业的职业态度。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	公共关系基本理论知识	①公共关系的含义和特征；	2	认知实习：学生自行感悟、认知公共关系现象； 案例分析，课堂讨论：成功政治家的公关形象。	掌握公共关系基础知识，学会具体运用并正确理解公共关系的基本理论。 掌握公共关系活动的基本原则与职能，知晓公共关系在社会组织中的作用。
		②公共关系的职能与原则；	2		
		③公共关系的产生与发展。	2		
		④公共关系与若干概念的辨析			
2	公共关系的构成要素	①公共关系的主体：公共关系部、公共关系公司、公关公司与公关部优劣势比较；	2	案例分析、讨论：公共关系人员应具备的素质和能力。 思维训练、讨论：你觉得“员工第一”和“顾客至上”是否矛盾？ 案例分析、讨论：让客人每天多看一遍	了解公共关系的构成要素，学生应具备公共关系从业人员所要求的基本的能力和素质，加强自身素质和能力的提升； 掌握公众划分的基本方法，学会对不同的公众采取不同的公关策略； 掌握建立良好员工关系的
		② 公共关系人员的知识素质和能力素质及心理素质；			
		③公共关系的客体：公众的概念、特征、公众划分的方法、建立良好员工关系的有效途径、建立良好顾客关系	4		

		的有效途径；		富士山，背后体现的公关思想。	有效途径； 掌握建立良好顾客关系的有效途径；
		④公共关系的传播：公共关系传播的概念、特征、模式、类型、媒介。	2		
3	公共关系工作程序	①公共关系调查	2	案例分析、课堂讨论：不同组织形象状况的企业，应分别采取何种公关对策？ 归纳比较分析：公共关系调查与市场调查的区别与联系。 案例分析、讨论：“富亚涂料”，喝出来的知名度。	掌握和运用具体的公共关系的调查的方法； 理解公关策划的含义与原则，掌握公关策划的内容、程序与方法，提高策划的综合能力； 掌握大型公共关系活动实施的步骤； 掌握公共关系评估标准与方法。
		②公共关系策划	4		
		③公共关系实施	1		
		④公共关系评估	1		
4	公关专题活动	①公共关系专题活动的特征、目的	2	模拟组织设计、角色扮演法：学校超市开业。分组写好策划方案并根据所拟定的庆典程序进行现场演示。	理解公共关系专题活动的特征与目的；掌握公关赞助带给组织的利益与风险；掌握庆典活动的流程；掌握新闻发布会的程序。
		②赞助活动	2		
		③庆典活动	2		
		④新闻发布会	2		
5	公共关系危机管理	①公共关系危机的含义、特点、成因	2	案例分析、课堂讨论：肯德基“药鸡门”事件； 案例分析、课堂讨论：圣元乳业“致死门”的危机公关； 案例分析、课堂讨论：海底捞火锅的危机公关。	理解公共关系危机的含义、特点、成因；掌握公共关系危机处理的原则、对策，提升危机预防意识。
		②公共关系危机处理的原则	1		
		③公共关系危机处理的工作程序			
		④公共关系危机处理的对策	1		
		⑤公共关系危机的预防	2		
6	公共关系礼仪	①形象礼仪	2	多媒体播放公关礼仪教学视频； 情景模拟，角色扮演：在日常公关活动当中的接待礼仪。	掌握形象礼仪、日常礼仪、接待礼仪，并能在具体公关活动中的熟练运用。
		②日常礼节礼貌			
		③公关接待礼仪	2		

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 30%。

（2）期末考试成绩占 70%。

2、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核内容包括：课堂出勤纪律，课堂发言（占 40%），作业任务（占 60%），平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第 3 学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	公共关系基本理论知识	4	2	6
2	公共关系的构成要素	6	2	8
3	公共关系工作程序	4	4	8
4	公关专题活动	2	6	8
5	公共关系危机管理	4	2	6
6	公共关系礼仪	2	2	4
	学时总计	22	18	40

2、教学建议

（1）教学方法多样化

以教师课堂讲授为主，采用案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟、讲练结合等多种教学方法，让学生体验到企业的公共关系工作的实际情景，促使学生从掌握理论知识向提高动手能力转变，为学生走向社会打下良好的基础；采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段增加课堂信息量，提高课堂教学效率，提高教学的有效性。

（3）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组

成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 6-8 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟。

（4）主讲老师要求：任课教师应具有扎实理论基础和一定的实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

刘丹，彭艳主编，《公共关系实务》（第二版），清华大学出版社，2019 年

（2）参考书

文泉,《国际商务礼仪》,中国商务出版社,2009 年版

侯平，《公共关系学》，中国社会出版社，2016 年版

霍瑞红，《公共关系实务》（第 3 版），中国人民大学出版社，2020 年版

（3）参考网络资源

https://www.cnki.net/中国知网

http://www.chinapr.com.cn/中国公关网

六、说明

1、本课程标准由市场营销教研室专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：钱秋兰

4、初审：王娜玲

5、二审：

6、审定：

日期：2020 年 7 月 16 日

2.《 广告实务》课程标准

课程代码：0104227

课程名称：广告实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：28 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业以及商贸流通专业群其他专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》

后修课程：《市场营销策划》、《品牌经营与管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《广告实务》是市场营销专业开设的一门专业核心课，也是一门理实一体的项目化课程，也是商贸流通专业群其它专业的能力拓展课程，旨在培养具有现代广告营销理念的应用型商贸类技术人才，在整个市场营销课程体系中，处于核心的地位，在课程体系中起到承上启下的作用，是实现商贸类专业人才培养目标的重要课程之一。本课程开设在《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》之后，为后续课程《市场营销策划》、《品牌经营与管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解中国广告活动的现状与发展趋势，掌握广告调研、广告策划、广告效果评估测定与广告预算的基本原理与方法，培养学生进行广告案例分析和广告策划的专业能力，培养具有现代广告营销理念，既能从事一般广告营销，又特别擅长于广告灵活运用的专门人才。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）了解国内外广告活动的历史、现状和最新发展；

（2）正确认识广告与广告活动的性质和功能；

（3）全面认识广告活动的全过程及各个环节；

（4）掌握广告活动的内在规律；

（5）掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法。

2、能力目标

（1）具有广告优劣评判能力；

（2）能够对广告实例进行准确的分析；

（3）能迅速领会新的广告创意模式和新的媒体形式；

（4）能够为企业策划广告方案；

（5）善于运用广告为企业解决实际营销问题。

3、素质目标

（1）善于沟通、合作和交流，能够与团队合作共同完成广告项目中各个环节的设计；

（2）具备良好的广告敏感度；

（3）形成广告鉴赏的职业习惯；

（4）具备良好的广告职业道德以及社会责任心。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	项目一：认知广告	①知名广告网站、经典广告作品赏析；	2	① 说出 10 个你最熟悉的广告； ② 分组并设计团队形象、团队广告口号。	①掌握广告的概念； ②了解广告的起源和发展； ③掌握广告的分类； ④掌握广告的构成因素； ⑤掌握广告策划流程。
		②广告的起源与发展；			
		③广告概念、要素；	2		
		④广告策划的流程。			
2	项目二：实施广告调查	①广告调查性质、内容；	2	根据任务背景，按照要求设计广告调查。	⑩ 掌握广告调查的基本依据和方法； ⑪ 能设计符合要求的广告调研程序； ⑫ 能合理设计和实施市场调查。
		②设计广告调查的程序。	2		
3	项目三：制定广告定位和诉求策略	①广告目标设计的原则和方法；	2	根据任务背景，为企业制定广告定位和诉求策略。 课堂 PPT 展示	①掌握广告目标设计的原则和方法； ②能够对广告进行准确定位； ③围绕广告战略目标选择合适的广告对象和
		②广告定位策略；			

		③广告对象和地区的选择； ④广告策略概述； ⑤广告诉求策略。	2 2		地区； ④了解广告策略的含义、特点及作用； ⑤明确广告定位策略、广告定位策略主要内容； ⑥能结合企业实际，制定出适合的广告定位策略和诉求策略。
4	项目四：制定广告媒体策略	①媒介概念与类型、媒介分析； ②广告媒体选择的原则和方法； ③传统广告媒体应用的方法和技巧； ④新媒体应用的方法和技巧。	2 2 2 4	根据任务背景 ①为企业拟定合理的广告定位和诉求策略，并加以说明； ②根据你的定位策略和诉求策略，制定广告媒体策略； ③课堂PPT展示。	①掌握合理制定广告媒体策略的要求； ②能结合企业实际，制定出适合的广告媒体策略。
5	项目五：设计广告创意	①广告创意在广告活动中的地位 ②广告创意设计的原则 ③广告创意设计的方法	2 2	根据任务背景 根据广告目标，为企业设计广告创意。	①了解广告创意在广告活动中的地位； ②掌握广告创意的含义和广告创意的原则； ③掌握广告创意设计的方法； ④能够运用广告创意设计的方法，设计广告创意。
6	项目六：设计广告文案	①广告文案的概述； ②传统广告媒体文案的设计； ③新媒体广告文案的设计	2 2 4	根据任务背景，结合选择的媒介，设计广告文案。 课堂PPT展示。	①了解广告文案的作用； ②能够结合广告目标，针对不同媒介，设计出合适的广告文案。
7	项目七：制定广告预算	①广告预算的方法； ②广告费用的组成部分； ③各常见媒体广告费用。	2 2	根据任务背景，结合广告目标和广告策略，制定合理的广告预算。	①掌握广告预算的方法； ②了解广告费用的组成部分； ③熟悉各大常见媒体广告费用； ④能制定合理的广告预算。
8	项目八：评估广告效果	① 广告效果评估的概念； ②广告心理效果评估的方法； ③广告社会效果评估的方法； ④广告经济效果评估的方法。	2 2 2	根据任务背景，结合广告目标和广告策略，制定合理的广告效果评估方法。	①了解广告效果评估的概念； ②掌握广告心理效果评估的方法； ③掌握广告社会效果评估的方法； ④掌握广告经济效果评估的方法； ⑤能够灵活运用广告效果评估的方法，为广告设计效果评估方式。

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 50%。

（2）期末考试成绩占 50%。

3、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核内容包括：课堂出勤纪律（占 20%），课堂表现（占 20%），作业任务（占 60%）（项目任务评价标准见表 2 所示），平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用广告策划方案题库抽查的考核方式，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。考试时间 120 分钟，广告策划方案评价标准见表 3 所示。

表 2 项目任务评价标准

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90-100）	良（80-89）	中（70-79）	及格（60-69）
1.小组成员相互协作及对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2.项目成果（60%）	小组互评*0.4+教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
3.交流及表达能力（20%）	教师评价*0.6+小组互评*0.4	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷使人印象深刻	能用专业语言正确较为流利地与进行交流及 PPT 的讲述，声音洪亮。	能用专业语言正确地进行交流和 PPT 讲述	能用专业语言基本正确地进行交流和 PPT 的讲述，无重大失误。
4.学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

表 3 广告策划方案评价标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养（20分）	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理 （5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力		10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
作品（80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。
	文字表达		5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析（1分）、消费者分析（1分）、竞争对手定位以及以往广告分析（1分）、产品的特点分析（1分），市场分析比较确切（2分）	
		市场策略	7	营销目标明确（1分）、产品定位比较准确（3分）、广告目标具体（3分）	
		广告表现	20	广告诉求对象合适（2分）、广告主题醒目（3分）、广告创意（广告语、广告片等）符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点（15分）。	
		广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。 （每种合适媒介3分，组合合理3分）	
		广告预算	10	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（4分），活动经费预算合理可行，分配妥当（6分）。	
		广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）	
	创新方面		5	方案有新的创意，见解独到	
小计			100		

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程的总课时为40，建议在第4学期开放。教学学时分配建议如下表4所示。

表4 教学学时分配建议表

教学单元	理论课时	实践课时	合计
项目一：认知广告	2	2	4
项目二：实施广告调查	2	2	4
项目三：制定广告定位和诉求策略	3	3	6
项目四：制定广告媒体策略	7	3	10

项目五：设计广告创意	2	2	4
项目六：设计广告文案	5	3	8
项目七：制定广告预算	2	2	4
项目八：评估广告效果	3	3	6
合计	28	20	48

3、教学建议

以调动学生积极性为核心，以实践教学为主线，多种教学方法并用，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练。

（1）教学方法多样化

①项目教学法

整个课程教学采用项目教学，与传统的教学相比，由以教师为中心转变为以学生为中心，由以课本为中心转变为以“项目”为中心，由以课堂为中心转变为以实际广告策划工作为中心。运用项目教学法进行教学设计的时候，我们强调学生是认知的主体、是知识意义的主动建构者。根据项目教学的教法思路和教学设计原则，整个课程教学采用一个实际企业委托的项目为主线，将学生进行模拟分组，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

②任务驱动法

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行,学生在教师的引导下开展探究性学习,通过参与任务解决的过程,实现学生主动学习,学与做相结合。

③情景教学法

调动学生的学习积极性，促使学生自主学习、自主探究，在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及企业广告策划的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。比如在项目任务五中进行广告创意时，广告创意方法如何运用，我们就可以利用电教创设情境，借助思维导图法，这样就将比较抽象的方法生动化，学生易学易懂。

④角色扮演法

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

⑤其他教学方法

除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善以参与式、体验式、交互式和模拟教学等实践教学为基本形式的多种方法。

A.头脑风暴法。针对讲授中、案例中、学生身边提出的问题，由学生应用所学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

B.案例分析。案例分析是教学联系实际的特色形式，本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，也不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和提升。

C.网络冲浪。现代教学应充分利用互联网，对营销专业学生而言，这是一种特殊的接触实际的窗口。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解目标企业的广告，搜集最新广告信息，学习广告最新知识，思考与分析现实问题。

D.广告沙龙。针对课程的特点，选择一个特定的问题，事先进行较为充分的准备；然后，让师生实践专家集聚在一起，在轻松的氛围中进行畅谈，相互启发，也可以争论，形成相同或不同的思路；并于事后形成文字材料。

（2）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段增加课堂信息量，提高课堂教学效率，提高教学的有效性。

（3）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 6-8 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟训练。

（4）主讲老师要求：任课教师应具有扎实理论基础和一定的广告实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

教材需体现“把需要工作的学生培养成能够适应营销岗位工作需要的创新型营销合格职业人”的理念。教材内容体现职业性、先进性、通用性、实用性，能够培养营销职业岗

位需要的发现顾客需求、满足顾客需求的职业能力。教材中实践教学活动设计的内容具体，并具有可操作性。

推荐教材：

①《广告学—理论、实务、案例、实训》，高等教育出版社，金立其、刘觅主编；

②《广告原理与实务》高等教育出版社，王宏伟、芦阳主编。

（2）参考书

①《广告原理与实务》 ，王吉方主编，机械工业出版社，2010 年；

②《广告理论与实务》，赵明剑，王兴为，北京交通大学出版 2009 年。

（3）参考网络资源

①中国广告人网 (http://www.chinaadren.com/)

②中国广告门户网 (http://www.yxad.com/)

③广告网—广告传媒行业第一门户(http://www.cnad.com/)

④素材公社(http://www.toooopen.com/work/view/12820.html)

⑤广告买卖网（ http://www.admaimai.com /）

六、说明

1、本课程标准由商贸流通专业群教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：刘小莲

4、修订：李飘

5、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

6、二审（二级学院、教学部负责人）：

7、审定：

日期： 2020 年 7 月 20 日

3.《客户服务与管理》课程标准

课程代码：0104221

课程名称：客户服务与管理

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《商务礼仪》、《市场调查实务》、《市场营销策划》、《品牌经营与管理》

后修课程：无

开课部门：经济贸易学院

一、课程的性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程。本课程是培养学生作为营销从业人员必备的维护与管理客户关系的能力，开设在《市场营销实务》、《推销与谈判》、《商务礼仪》、《营销策划》、《公共关系实务》等课程之后，是一门可以通过学习、实训，全面提升市场营销客户服务、关系维护等职业技能的课程。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程学习，使学生掌握客户服务与管理的基本概念和理论、不同类型客户的服务技巧等知识，引导树立学生理解“客户至上”服务理念，培养学生客户分级管理、客户维护、客户投诉处理等方面的能力，以提升学生综合市场营销能力与素质。

（二）具体目标

1．知识目标

（1）掌握客户服务与管理的基本概念、基本原理；

（2）学生掌握不同类型客户的服务技巧；

（3）客户服务与管理理论在顾客服务礼仪、沟通技巧、服务技巧、客户投诉处理技巧等领域的应用；

（4）对顾客服务礼仪、沟通技巧、服务技巧、客户投诉处理技巧的优化方法。

2．能力目标

（1）具有获取和使用信息的能力；

（2）具备企业客户服务与管理流程诊断与优化的能力；

（3）掌握客户服务与管理的基本分析思路和分析方法；

（4）具有制订工作计划并解决实际业务问题的能力；

（5）具有较好的学习新知识和新技能的能力。

3、素质目标

（1）具有良好的职业道德；

（2）具有良好的沟通、交流以及处理人际关系的能力；

（3）具有诚信品质、敬业精神、责任意识和遵纪守法意识；

（4）具有客户利益至上的服务意识。

三 课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	认识客服	客服的概念及重要性	4	通过了解、讨论和分析各种有代表性的案例；领略客服魅力。	掌握客服的概念及重要性
2	客户服务礼仪	①客户服务礼仪的基础	2	①设计各种礼仪情景； ②观看并模仿规范的大学生礼仪视频；	①掌握客户服务与管理的基本礼仪；掌握接待客户的礼仪；掌握客户电话服务礼仪；名片使用礼仪。 ②掌握客户服务与管理的概念③掌握客户服务与管理的礼仪中需要解决的主要问题。
		②接待客户礼仪			
		③客户电话服务礼仪等	2		
		④名片使用礼仪等			
3	客户服务中的沟通技巧	①沟通基础知识；倾听技巧	2	①分析各种典型沟通案例 ②几种常见的提问、倾听、身体语言的模拟训练； ③读心术测试 ④我来比划你来猜	①掌握沟通的基本要素和基本方式； ②掌握倾听的技巧，如何成为一个好的聆听者； ③掌握提问和身体语言的运用
		②提问技巧			
		③有效沟通的语言	2		
		④身体语言的运用 电话沟通技巧	2		
4	客户服务技巧	①客户服务与管理中的接待技巧	2	①欢迎顾客的到来的基本流程和技巧； ②不同行业和业态的服务案例分析；案例分析结论	①掌握接待客户的技巧；理解客户的技巧； ②掌握满足客户和留住客户的期望；
		②客户服务与管理中理解客户、满足客户期望的技巧	2		

		③客户服务与管理中留住客户的技巧 ④客户服务与管理中及时服务到位的技巧	2		
5	不同类型的客户服务与服务创新	①普通客户的服侍技巧 ②棘手客户的服务技巧 ③超值服务：顾问式服务 ④体验服务、个性服务 ⑤服务创新	2 2	①对客户按不同标准进行分类；不同类型顾客的特点； ②不同顾客的服务技巧 ③思考与讨论：服务创新的动力是来源于客户的需求	①掌握普通客户与棘手客户的服务技巧； ②了解超值服务的内容； 掌握顾问式服务、个性服务、体验服务。 ③合理设计创新服务。
6	客户投诉的处理技巧及综合训练	①客户为什么会投诉 ②有效处理客户投诉的意义 ③一般处理投诉的技巧 ④不同投诉及重大投诉的处理技巧 ⑤投诉带来的危机	2 2 2	①某企业争取处理客户投诉的调研报告； ②某企业客户服务与管理改善客户投诉的处理方案；	①掌握顾客投诉的重要意义； ②掌握处理顾客投诉的基本方法和技巧。
7	网络时代的客服	①网络客服的概念、特征、优点、缺点 ②几大有代表性的电商站服务特色 ③电商新秀的创新网络服务特色	2 2	每组选定不同的大众电商巨头（如：淘宝、天猫，京东、唯品会、拼多多等），对其服务特色进行讨论、总结。 每组选一组小众电商平台新秀（如美丽说、蘑菇街等），对其服务特色进行讨论、总结。	①网络客服的概念、特征、优点、缺点； ②几大有代表性的电商站服务特色； ③电商新秀的创新网络服务特色

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 50%。

（2）期末考试成绩占 50%。

4、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核内容

①课堂表现（40%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。课堂表现成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

②实践操作（60%）

其中：礼仪展示（10%），沟通情境分析（15%），不同顾客服务技巧分析（15%），顾客服务创新（20%），顾客投诉处理方案（40%）。

（2）期末考核：采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。其中：客服知识、原理、方法占 60%，客服案例分析占 40%。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认识客户服务	2	2	4
2	客户服务礼仪	2	2	4
3	客户服务中的沟通技巧	3	3	6
4	客户服务技巧	3	3	6
5	不同类型客户的服务技巧	3	3	6
6	服务创新	2	2	4
7	客户投诉的处理技巧	3	3	6
8	网络时代的客户服务	2	2	4
学时总计		20	20	40

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化

利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率，具体来说：

①播放视频案例，让学生拥有更直观的感受；

②让学生自己课程 PPT，培养收集信息、处理信息的能力，并提高电脑使用能力；

③进行网上布置作业、网上批改作业、网上论坛与教学咨询；

④开展网上查阅资料信息。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责

制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）主讲教师要求：应具有扎实的客户服务专业理论知识和丰富的企业客户服务经验。

3、教材与资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以店铺顾客服务与管理的业务流程为主线，将店铺顾客服务与管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材，优先选用高职高专规划教材。

（2）参考书

①《店铺顾客服务与管理实务》，李先国、曹献存主编，清华大学出版社 ；

②《客户服务与管理：项目教程》(第 2 版)方玲玉、李琳娜主编，电子工业出本社。

（3）参考网络资源

①中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

②中国客服务网 http://www.cncs100.com/

六、说明

1、本课程标准由营销专业专业教学团队、梅溪湖览秀城（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：刘小莲

4、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2020 年 7 月 20 日

4.《品牌经营与管理》课程标准

课程代码：0102056

课程名称：品牌经营与管理

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：32 学时　　实践学时：8 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》、《广告实务》、《公共关系实务》

后修课程：《客户服务与管理》、《销售管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程。为了企业品牌管理更有序，达到品牌价值高和逐步成为国际品牌的目的，培养学生在品牌上全面的知识与能力，特设立《品牌经营与管理》课。本课程开设在《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》、《广告实务》、《公共关系实务》之后，为后续课程《客户服务与管理》、《销售管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解中国品牌管理发展的现状与未来趋势，掌握品牌定位、品牌设计、品牌传播与推广、品牌延伸、品牌危机管理、品牌资产管理的基本知识，培养学生打造品牌、维护管理品牌的能力，使学生能够针对具体产品进行品牌定位、品牌设计，能够针对具体的品牌选择合适的品牌传播载体进行推广策划，为学生的可持续发展打下良好的基础。同时本课程通过大量的大企业品牌管理与推广的成功案例，通过阐述其发展过程，分析其成功的原因，进而培养学生在品牌建设、推广与维护上全面的知识和能力。

（二）具体目标

1、知识目标

(1)理解品牌的内涵、作用与功能。

(2)掌握品牌的种类。

(3)掌握品牌定位的内涵及步骤。

(4)掌握品牌定位的方法选择。

(5)掌握品牌命名的策略与方法。

(6)掌握品牌标志及口号设计的定义与作用。

(7)掌握品牌整合传播的概念、特点、要素及策略。

(8)掌握品牌延伸的内涵、作用及风险。

(9)掌握品牌危机的处理。

2、能力目标

(1)能够针对具体产品进行品牌定位、品牌名称与标识设计。

(2)能够对企业品牌进行品牌口号设计。

(3)能够针对具体的品牌选择合适的品牌传播载体进行推广策划。

(4)能够及时对品牌危机做出处理并不断地进行品牌维护。

(5)能够及时对品牌危机做出处理并不断地进行品牌维护。

(6)能够运用品牌延伸的理论分析品牌延伸实践中的现象。

3、素质目标

(1)学生“用户需求”至上的意识、品牌意识、坚守质量意识与工匠精神。

(2)培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神。

(3)培养遵纪守法，忠于国家与组织，忠于职守精神。

(4)培养团队合作精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	品牌概述	①品牌的内涵	2	（1）自主学习：学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法； （2）小组讨论与学习、案例分析：通过课外与社会、同学了解品牌的内涵。	①理解品牌的内涵、构成要素 ②掌握品牌作用与功能 ③掌握品牌的特征 ④掌握品牌的种类
		②品牌的作用与功能	2		
		③品牌的种类	2		
2	品牌定位	①品牌定位的概述	2	（1）案例分析、讨论：通过不同的案例来判断分别使用了什么品牌定位方法 （2）自主学习：学生通过	①理解品牌定位的概念 ②熟悉品牌定位作用及步骤 ③掌握品牌定位的方法选
		②品牌定位的方法选择	2		

		③品牌定位的实施	2	多媒体课堂获得所需知识和方法；	择
3	品牌设计	①品牌名称设计	2	（1）案例分析、讨论：汽车车名的来源 （2）观看动画思考动画中所提到的问题。 （3）品牌名称设计的测验	①理解品牌名称设计的内涵、重要性及原则 ②掌握品牌名称设计的技巧 ③掌握品牌标志设计的定义、作用及原则 ④掌握品牌口号设计的作用
		②品牌标志设计	2		
		③品牌口号设计	2		
		④品牌形象代表设计	2		
4	品牌传播与推广	①品牌传播载体选择	2	（1）案例分析、讨论 （2）观看动画思考动画中所提到的问题。 （3）品牌传播实施测验	①理解品牌传播的定义 ②掌握品牌传播载体的定义、类型 ③掌握品牌整合传播的概念、特点及策略
		②品牌传播媒体选择	4		
		③品牌传播实施	2		
5	品牌延伸	①品牌延伸的内涵	2	（1）案例分析、讨论：探析康师傅的品牌延伸策略 （2）观看动画思考动画中所提到的问题。	①熟悉品牌延伸的内涵、方式与类型 ②掌握品牌延伸的作用与风险 ③掌握品牌延伸的策略及步骤
		②品牌延伸的作用与风险	4		
6	品牌危机管理	①品牌危机的内涵与成因	2	（1）案例分析、讨论 （2）观看动画思考动画中所提到的问题。	①掌握品牌危机的成因 ②掌握品牌危机的类型 ③掌握品牌危机处理的技巧
		②品牌危机的处理	2		
7	品牌资产管理	①品牌资产的概述 ②品牌资产价值评估	2	（1）案例分析、讨论 （2）观看动画思考动画中所提到的问题。 （3）品牌资产的构成测验	①理解品牌资产的内涵 ②掌握品牌忠诚度 ③掌握品牌知名度

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 30%。

（2）期末考试成绩占 70%。

5、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核内容包括：课堂出勤纪律，课堂发言（占 40%），作业任务（占 60%），平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程的总课时为40，建议在第4学期开放。教学学时分配建议如下表2所示。

表 2 教学学时分配建议表

教学单元	理论课时	实践课时	合计
品牌概述	6	0	6
品牌定位	4	2	6
品牌设计	6	2	8
品牌传播与推广	6	2	8
品牌延伸	4	2	6
品牌危机管理	4	0	4
品牌资产管理	2	0	2
合计	32	8	40

2、教学建议

（1）教学过程中要集中体现“教师主导，学生主体”的角色定位，要求任课教师加强对学生的研究，加强教学单元内容在实践应用中的应用研究及相关案例的收集。

（2）教学过程要围绕“理实一体化”、“教、学、练同步化”的设计理念，教师在授课过程中以启发式教学代替灌输式教学，引导学生间通过学习小组开展协作式学习。

（3）学习过程中要求在总结归纳的基础上获取新的知识，鼓励学生对相关情景做出判断，并对其他同学的观点做出评价与补充。

（4）教学方法多样化

①头脑风暴法。针对课程内容、案例分析和学生身边提出的沟通问题，由学生应用所

学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

②多媒体教学。本课程全程使用多媒体教学，有的重点案例采取录像播放方式，以增强感染力，通过制作有利于学生学习与训练的助学课件，最终建立系统性、立体化的多媒体课件体系。

③案例分析。本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的指导，不是给出一个结论或答案，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和升华。

④角色演练。针对课程内容或要分析解决的管理问题，由学生扮演其中的角色，设身处地的分析与解决所面临的问题。学生从所扮演角色的角度出发，运用所学知识，自主分析与决策，以提高学生实际决策的技能。

④学生授课。针对某一内容和知识点，让学生在收集资料的基础上，准备讲课内容和素材，由学生进行全班讲解，然后组织全班学生对其教学内容、教学方法、语言表达等进行综合评价。

⑤岗位实习。有计划的安排学生轮流到共建企业的进行现场实习，在管理者的直接指导下亲自体验并处理营销沟通问题。

（5）主讲老师要求：任课教师应具有扎实理论基础和一定的实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《品牌管理与推广》李滨主编，西安交通大学出版社，2017.1

（2）主要参考书

《品牌管理——战略、方法、工具与执行》郭伟主编，清华大学出版社，2016.3

《品牌经营与管理》李和平主编，暨南大学出版社，2007.2

（3）课外参考书：

《雇主品牌建设与管理》 朱勇国主编，首都经济贸易大学出版社

《中国市场》 国务院国有资产监督管理委员会 中国物流与采购联合会

（4）学习网站

（1）中国教育部网站 HTTP://WWW.MOE.EDU.CN/

（2）中国教育网 HTTP://WWW.CER.NET/

（3）中国企业战略传播网 HTTP://WWW.GLR163.COM/

（4）中国管理传播网 HTTP://WWW.MANAGE.ORG.CN/

（5）中国营销传播网 HTTP://WWW.EMKT.COM.CN/

（6）全球品牌网　HTTP://WWW.GLOBRAND.COM/

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队参与合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：钱秋兰

4、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 7 月 21 日

5.《市场调查实务》课程标准

课程代码：0102002

课程名称：市场调查实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：30 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》

后修课程：《推销与谈判》、《广告实务》、《公共关系实务》、《客户服务与管理》、《销售管理》、《市场营销策划》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程。本课程是为了培养学生专业核心能力——市场调研能力而设置，开设在第 2 学期，为后续课程《推销与谈判》、《广告实务》、《公共关系实务》、《客户服务与管理》、《销售管理》、《市场营销策划》等课程学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生掌握市场调研的基本概念与内容、调研方式方法、调研数据分析、调研方案设计与调研报告撰写等知识，具备市场调研方案设计技能、市场信息的现场组织和收集技能、市场信息的整理分析技能和调研报告的撰写技能，为能够胜任市场调研员、助理市场调查师等工作岗位提供智力和技能支持。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）掌握市场调研的相关概念、市场调研的内容、市场调研方案的构成；

（2）理解掌握问卷设计的基本结构与内容；

（3）掌握市场调研的四种基本方式：重点调查、普查、典型、抽样；掌握市场调研的方法：文案调查法、访谈法、观察法、实验法、网络调查法等；

（4）理解掌握对所收集资料做定量、定性分析的整理步骤；掌握几种常见的资料整理技术；

（5）理解掌握定性分析（归纳分析、类比分析、推理分析、对应分析法）与定量分析法（描述性分析和解析性分析法）等内容；

（6）理解掌握市场调研报告的结构和内容；

（7）理解掌握市场预测的基本框架和相关知识。

2、能力目标

（1）进行设计市场调研方案的能力；

（2）进行问卷设计的能力；

（3）进行市场信息收集的能力；

（4）进行市场信息整理的能力；

（5）进行市场信息分析的能力；

（6）撰写市场调研报告的能力；

（7）宣读市场调研报告的能力；

（8）初步的市场预测能力。

3、素质目标

（1）培养学生岗位职业道德；

（2）培养学生团队合作精神；

（3）培养学生理解、沟通、协调、组织、创新等意识；

（4）培养学生信息素养；

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	认知市场调研	①市场调研含义、必要性、原则。	2	认知实习：在教师的指引下，学生在课堂通过相互交流认识市场调研；教师结合多个市场数据信息资料，指出数据的重要性和由来。	对市场调研有一个初步的认知，掌握、理解市场调研的含义、必要性、原则、类型和步骤，认识到市场调研的意义，具有初步市场调研意识。
		②市场调研的类型和步骤。	2		
2	组建调研团队	①市场调研行业和主要市场调研机构；	2	学生分组组队成立虚拟调查公司，明确岗位职责，并对团队进行形象设计。	学生在课外通过相互交流、自由组队，交对组队成果进行展示。
		②市场调研机构的内部组成和组建方法。	2		

3	界定调研主题与内容	①熟悉市场调研的内容； ②理解市场调研主题、目的和任务、调查对象和调查单位、调查项目的和调查内容的含义；	2	①教师下发任务书（如何确定调查主题和内容）；②教师讲解市场调研的内容、调研主题、目的和任务、调查对象、调查单位、调查项目、调查内容的含义，以及确定主题与内容的方法与步骤。③学生以小组为单位完成本组任务；④教师解答学生提出问题。	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成调查主题的确定和调查内容的确定。
		③了解市场调查主题的分类和确定的步骤； ④掌握调查目的和任务的确定方法； ⑤掌握调查项目的和调查内容的确定的步骤和方法。	2		
4	确定调查方式与方法	①了解市场信息收集的步骤；	2	①教师下发任务书（如何确定调查方式与方法）；②教师讲解相关知识点：市场信息收集的步骤；市场调研的四种基本调查方式：重点调查、普查、典型调查和抽样调查；文案调查法、访问调查法、观察法、实验调查法、网络调查法的涵义、特点及其具体运用。③教师解答学生提出问题。	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成调查方式与调查方法的确定。
		②熟悉市场调研的基本调查方式：重点调查、普查、典型调查；	2		
		③熟悉市场调研的基本调查方式：抽样调查；	2		
		④掌握文案调查法、访问调查法、观察法、实验调查法、网络调查法的涵义、特点及其具体运用。	2		
5	设计调查表	①理解市场调查表的概念；	1	①教师下发任务书（如何确定调查方式与方法）；②教师讲解相关知识点：市场调查表的概念；调查问卷的基本结构；问卷问题的类型；问题与答案设计的技巧；问卷组织与编排的技巧；问卷的评估标准。③教师解答学生提出问题。	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成调查表的设计。
		②掌握调查问卷的基本结构；	1		
		③熟悉问卷问题的类型；	1		
		④掌握问题与答案设计的技巧；	1		
		⑤掌握问卷组织与编排的技巧；	1		
		⑥熟悉问卷的评估标准。	1		
6	撰写与汇报市场调研方案	①掌握市场调研方案撰写的基本格式和内容要求，以及相关技巧；	2	①教师下发任务书（如何撰写一份完整的市场调研方案并汇报）；②教师讲解相关知识点：市场调研方案撰写的基本格式和内容要求，以及相关技巧；市	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分
		②熟悉市场调研方	2		

		案的评价标准并设计方案。		场调查方案的评价标准。教师解答学生提出问题。	工协作，完成本组的市场调研方案。
		③设计调研方案实践与汇报	2		
7	组织实施市场调研	①了解市场调查人员应该具备的素质；	1	①教师下发任务书（按方案实施市场调研）；②教师讲解相关知识点：市场调查人员应该具备的素质；培训调查人员的方式及内容；对市场调查项目控制与调查人员控制的内容；实地调查的相关技巧。③教师解答学生提出问题。	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，组织实施市场调研。
		②掌握培训调查人员的方式及内容；	1		
		③了解对市场调查项目控制与调查人员控制的内容；	1		
		④掌握实地调查的相关技巧。	1		
8	整理分析调研信息	①了解资料整理的含义；	1	①教师下发任务书（对收集的相关资料进行整理和分析）；②教师讲解相关知识点：资料整理的含义；资料整理应注意的问题；市场调查资料的陈示方法；定性、定量描述与解析分析的方法；市场预测的概念、特征、原则、种类、步骤和基本方法。③教师解答学生提出问题。	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各组调查表的信息整理与分析。
		②熟悉资料整理应注意的问题；	1		
		③掌握市场调查资料的陈示方法；	1		
		④掌握定性、定量描述与解析分析的方法；	1		
		⑤了解市场预测的概念、特征、原则、种类、步骤和基本方法。	2		
9	撰写与提交市场调研报告	①了解调研报告的作用；	1	①教师下发任务书（撰写与提交市场调查报告）；②教师讲解相关知识点：调研报告的作用；调研报告的内容、结构、写作方法和步骤；提交市场调查报告的方法；报告宣讲、汇报的基本要领、礼仪等；调查结论检查的技巧。③教师解答学生提出问题。	学生根据讲授阶段所获得的知识，根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各组的市场调研报告撰写。
		②掌握调研报告的内容、结构、写作方法和步骤；	2		
		③了解解释说明及提交市场调查报告的方法；	1		
		④掌握报告宣讲、汇报的基本要领、礼仪等；	1		
		⑤掌握调查结论检查的技巧。	1		

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 50%。

（2）期末考试成绩占 50%。

6、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星、学银在线等平台记录的数据为主要依据。

本课程采用采用“九维度评价体系”，综合学生评价、组长评价、教师评价和社会评价等四个方面，从考勤、课堂表现、任务完成情况、知识测试、学生自评、学生互评、组长评价、企业评价和教师评价等九个维度进行，力图从态度、素质、知识、能力等方面进行全面评价。评价中注重形成过程的考核、自我管理和团队管理，让学生在活动中增加团队合作意识和开拓创新能力。具体考核成绩评定办法如下：

维　度	考核方式	实施者	比例	评价标准
考　勤	每次教学活动考勤	教师和组长	5%	以 100 分为基础。请病假每节课扣 2 分，事假每节课扣 3 分，迟到或早退一次扣 4 分，旷课 1 节课扣 5 分。
课堂表现	每次教学活动中的参与情况	教师	5%	教师日常考核与记录评价，满分 100 分，包括日常活动的积极性、纪律、观察事物的角度、团队合作、吃苦耐劳、回答问题等情况。
组任务完成情况	教师对组每次任务完成情况评价	教师或企业	50%	满分为 100 分，每次采取综合打分，作为本组学生成绩的基础系数分。
组长评价	组长对每位成员任务完成情况评价	组长		满分为 100 分，每次采取综合打分，并乘以老师基础分系数，取平均分。
学生自评	每次任务自评	学生		满分为 100 分，每次采取综合打分，并乘以老师基础分系数，取平均分。
学生互评	每次任务互评	学生/组长		满分为 100 分，每次采取综合打分，并乘以老师基础分系数，取平均分。
知识点测试	期末考试	老师	30%	总分为 100 分。
教师评价	日常记录	教师	10%	教师日常考核与记录综合评定，满分 100 分。
企业评价	对外承接任务完成情况	企业或社会	附加	本项分为附加分，满分为 10 分，根据企业的评价情况给分，计入总评分。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第二学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认知市场调研	4		4

2	组建调研团队	2	2	4
3	界定调研主题与内容	2	2	4
4	确定调查方式与方法	6	2	8
5	设计调查表	4	2	6
6	拟定与汇报市场调研方案	2	4	6
7	组织实施市场调研	2	2	4
8	整理分析调研信息	4	2	6
9	拟定与提交市场调查报告	4	2	6
	学时总计	30	18	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用项目教学法、任务驱动法、情景教学法、角色扮演法等教学方法，激发学生思维，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。

（2）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 4-5 人，整个课程教学采用项目教学，与传统的教学相比，由以教师为中心转变为以学生为中心，由以课本为中心转变为以“项目”为中心，由以课堂为中心转变为以实际调研工作为中心。运用项目教学法进行教学设计的时候，我们强调学生是认知的主体、是知识意义的主动建构者。根据项目教学的教法思路和教学设计原则，整个课程教学采用一个实际企业委托的调研项目为主线，将学生进行模拟分组，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

（4）教学任务驱动化

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行,学生在教师的引导下开展探究性学习,通过参与任务解决的过程,实现学生主动学习,学与做相结合。

（5）教学环境情景化

调动学生的学习积极性，促使学生自主学习、自主探究，在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及调研工作的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。比如在项目任务五中选择调研方法进行信息收集时，一些具体的调研方法如何选择，如何运用，我们就可以利用利用电教创设情境，借助板画展示情境，借助语言入情境，这样就将比较抽象的方法生动化，学生易学易

懂。

（6）团队成员角色化

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

（7）主讲教师要求：任课教师应具有扎实的市场调查理论功底和一定的实践经验并对调查数据处理软件操作非常熟悉。

3、教材及参考资料建议

（1）教材:

《市场调查实务》（第 2 版），黄慧化 陈学忠主编，电子工业出版社，2017 年出版

（2）参考书

《市场调查与预测》，魏炳麒主编：东北财经大学出版社

《市场调查与预测》，徐阳编著，高教出版社，2003 年

《如何创办市场调查公司》 [专著]，杜跃平等编著，2003 年

《市场经济预测与决策》，张保法，中国统计出版社，1993 年

《市场营销实务与案例》，王珑主编，2002 年

《销售与市场》河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》 国务院国有资产监督管理委员会

中国物流与采购联合会

（3）参考网络资源

中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

中国教育网 http://www.cer.net/

河南教育厅网站 http://www.hadoe.edu.cn/

中国直销传播网 http://manage.org.cn/

中国企业战略传播网 http://www.glr163.com/

中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

我学网 http://www.5xue.com

中国市场调查网 http://www.cnscdc.com/

中国市场研究网 http://www.cmrn.com.cn/

零点调查公司 http://www.horizon-china.com/

中国营销传播网 http://www.emkt.com.cn/

全球品牌网 http://www.globrand.com/

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队、湘贵实业有限公司、湖南省茶业总公司公司、兼职教师参与等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：陈学忠

4、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2020 年 7 月 20 日

6.《市场营销策划》课程标准

课程代码：0102028

课程名称：市场营销策划

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：28 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》

后修课程：《客户服务与管理》、《销售管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程和必修课，是基于营销岗位能力的培养而开设的一门方法论的应用课程，具有全局性、战略性和规划性的特点，通过本门课程的学习与训练，可使学生将前三个学期所学的专业知识进一步应用到本课程实战实训中，提升学生综合运用所学专业知识的能力和技巧，并将其转化为解决实际问题的方法，培养学生市场营销策划能力，掌握市场营销策划的一般程序，撰写市场营销策划书，能对具体的营销策划方案进行设计，提升学生分析问题与解决问题的职业能力，注重培养学生的专项岗位技能和营销策划综合素养，使学生进入实际工作岗位后，能胜任一般性的营销策划工作。

本课程是构成专业基本能力——营销策划技能的重要组成部分，开设在《经济学基础》、《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》等课程后，为后续课程《客户服务与管理》、《销售管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

从学生职业能力培养的基本规律以及营销策划岗位职责出发，以就业为导向，打破课程纯理论教学体系，依据营销职业岗位的工作任务、工作流程中的知识与技能要求，遵循教、学、做合一的原则，以项目（产品）营销的工作任务和职业能力分析为依据，按照营销岗位的工作内容和流程把课程内容整合成市场营销策划认知、市场调研策划、市场营销战略策划、市场营销战术策划等 4 个相互关联的学习情境，每个学习情境下又根据实际需要划分为若干学习任务，学习任务下又设计了具体的操作步骤或程序，整合教学内容，并参考相关企业个案，相对应地设计工作项目及工作任务，以完成工作任务情况作为衡量学

习效果的主要依据，使学生在学习本门课程时能够得到方法与操作流程的指导。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）理解市场分析营销策划创意的基础知识；

（2）掌握竞争对手分析的基础知识；

（3）掌握新产品功能点描述、新产品卖点寻找的基础知识；

（4）掌握目标市场分析的基础知识；

（5）掌握促销活动方案设计的基础知识；

（6）掌握新产品上市推广方案设计的基础知识；

（7）掌握公关活动设计的基础知识；

（8）掌握广告活动设计的基础知识；

（9）掌握营销策划书撰写的基础知识。

2、能力目标

（1）具有市场环境分析的能力；

（2）具有信息搜集并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力；

（3）能在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念与能力；

（4）能运用营销与策划的知识进行策划设计能力；

（5）具备方案写作能力。

3、素质目标

（1）具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识；

（2）具备诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度；

（3）具有正确的营销观念和创新意识；

（4）具备严谨的文案撰写意识以及勇于探索、勇于创新、敢于表达的精神；

（5）树立学生的成本核算意识以及“凡是先预后立”的思维习惯。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	市场营销策划基础知识	①营销策划概述；	1	①自主学习：学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法；通过网络查询相关市场营销策划案例；②小组讨论与学习、案例分析：	熟悉营销策划工作流程，掌握营销策划内容，能对市场营销策划内容进行分析；在接受营销策划任务时，能根据市场营销策划的一般流程
		②营销策划的简介；	1		
		③策划的一般流程；	1		
		④营销策划书撰写格式。	1		

				通过课外与社会、同学了解市场营销环境。	安排工作计划；掌握策划书撰写格式。
2	营销策划创意	①营销策划创意概述；	2	①案例分析、讨论：真实企业创意分析；②角色扮演与情景模拟演练。	能运用头脑风暴等营销策划创意方法对企业具体营销问题进行创意并解决问题。
		②营销策划创造性思维	2		
		③营销策划创意方法	2		
		④营销策划创意思维训练	2		
3	促销策划	①促销方案的撰写格式与内容；	2	①案例分析、讨论：真实企业创意分析；②纠错练习；③小组讨论互评。	掌握促销方案撰写格式、内容、技巧与流程，根据给定企业背景设计促销方案。
		②促销方案策划基本方法与技巧以及过程注意点。	4		
		③促销活动方案找茬纠错	2		
		④促销活动策划实操与汇报	2		
4	广告策划	①广告方案的撰写格式与内容；	2	①案例分析、讨论：真实企业方案分析；②纠错练习；③小组讨论互评。	能根据广告方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计广告方案。
		②广告方案策划基本方法与技巧以及过程注意点。	2		
5	企业形象策划	①企业形象策划的内容；	1	①案例分析、讨论：真实企业方案分析；②纠错练习；③小组讨论互评。	能根据企业形象方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定企业背景设计企业形象方案。
		②企业形象策划的流程；	1		
		③企业形象策划基本方法与技巧以及过程注意点。	2		
6	公关主题活动策划	①公关主题活动策划的内容；	1	①案例分析、讨论：真实企业方案分析；②纠错练习；③小组讨论互评。	能根据公关主题活动方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计公关主题活动方案。
		②公关主题活动策划流程；	1		
		③公关主题活动策划基本方法与技巧及过程注意点；	2		
		④危机公关。	2		
7	新产品上市推广策划	①新产品上市推广策划的内容；	2	①案例分析、讨论：真实企业方案分析； ②纠错练习； ③小组讨论互评。	能根据新产品上市推广方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计新产品上市推广活动方案。
		②新产品上市推广策划的流程；	2		
		③新产品上市推广策划基本方法与技巧以及过程注意点。	2		
		④新产品上市推广策划实操及汇报	2		
8	品牌与渠道策划	①品牌策划基本内容；	2	案例分析、讨论：真实企业方案分析。	对企业品牌与渠道策划内容有一个粗略的了解。
		②渠道策划基本内容。	2		

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 70%。

（2）期末考试成绩占 30%。

2、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

①课堂表现（50 分）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

②实践操作（50 分）

其中：营销环境分析报告（10%），促销方案（20%），新产品推广方案（20%）、企业形象设计方案（10%）、公关主题活动方案（20%）、广告方案（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用方案设计考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	市场营销策划基础知识	2	2	4
2	营销策划创意	4	4	8
3	促销策划	4	6	10
4	广告策划	2	2	4
5	企业形象策划	2	2	4
6	公关策划	2	4	6
7	新产品上市推广策划	2	6	8
8	品牌与渠道策划	2	2	4
学时总计		20	28	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用案例教学法，激发学生思维；采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。该模式以岗位为中心，教师从岗位需求出发，分析岗位任务，根据岗位任务，设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能后，进行实训设计，强化技能训练，然后进入企业顶岗实习，从而适应岗位要求，为学生零距离就业打下基础。通过这样的设计，完成

了“基于工作岗位一体化”的教学过程。

（2）教学手段现代化

课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。在加强校园网、电子图书馆、多媒体教室等数字化教学环境建设的基础上，100%使用多媒体授课。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）“大课堂”教学模式，双导师制

打破教室概念，以工学结合的“大课堂”代替固定的教室。所谓“大课堂”，即将教室、校内实训室、校外企业项目、供销行业，乃至整个社会都融为一个“大课堂”，围绕创业型人才培养需要，在具体教学过程中以自主创业中各项知识及技能的要求为主线进行教学与实践，采取以工学交替为特色的教学组织形式，突出职业核心能力训练。

双导师制将社会与高校的资源进行整合共享，以校内优秀的专任教师为学术导师，以校外有丰富实践经验的企业高级营销师或管理部门人员等来担任职业导师，集理论与实践培养于一体，相互促进，有利于学生在读书期间拓宽知识面，增加社会经验，缩短成才过程。

（5）主讲老师要求;任课教师应具有扎实营销理论基础和企业实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合湖南省高职营销专业技能抽查标准，建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营销专业技能抽查标准中有关营销策划测试部分内容的要求来自编教材。

（2）参考书

《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

说明：营销策划理论与实践时刻在发生改变，为了能够与时俱进，建议参考书按照教学时间进行选择，尽量选择最新的书籍，尽量选择企业专家撰写的书籍进行参考，不建议将教材作为参考书。

（3）参考网络资源

中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

全球品牌网　http://www.globrand.com/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）多参与各类营销竞赛，以比赛带动课堂教学

学生在课程学习实践过程中，同时接受校内导师（即专业教师）理论的指导、及校外企业策划精英的课程实训指导或企业项目经理的分项实践指导。通过实境实训、技能大赛等方式提升学生职业技能。如注重培养学生参加全国高校市场营销大赛，以技能大赛带动学生技能的培养与提高。建立健全学生技能大赛培养、参赛制度，组织专人跟踪大学生技能大赛动向，并对技能大赛需求的技能与企业岗位技能进行对比，探索专业技能教学的结合点，改进传统教学只依靠教材而脱离岗位技能的做法。以赛促学，引导学生理论联系实际，鼓励求是拓新，既为企业创造市场效益，又为学生营销素质与能力的形成创造了良好机遇。

（3）建议设立营销策划工作室，引入企业实际项目

为更好地服务地方经济建设，应努力构建“工学交替、产学结合、校企一体化”的教学模式。按照适度、必须、够用的原则进行理论教学，以项目为导向、以任务为驱动，强力推进校企合作，重在加强学生校内实验实训、校外顶岗实习建设，注重学生专业岗位技能培养；通过进一步加大与地方企业的合作力度，为地方经济建设输送一大批高素质、高技能专业人才。充分湘贵实业有限公司、湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队、星邦重工等公司兼职教师参与合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：王娜玲

4、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 6 月 25 日

7.《推销与谈判》课程标准

课程代码：0102076

课程名称：推销与谈判

课程类别：理论+实践

总 学 时：64 学时　　理论学时：36 学时　　实践学时：28 学时

学　　分：4 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《商务礼仪》、《商品基础知识》

后修课程：《客户服务与管理》、《销售管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《推销与谈判》是高职院校市场营销专业的一门专业核心课程。

本课程是构成专业基本能力——销售人员从业技能的重要组成部分，本课程是在学习《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《商务礼仪》、《商品基础知识》之后开设的市场营销专业核心课程，为后续《销售管理》、《客户服务与管理》等课程奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生运用推销与谈判的原理和技巧，向顾客进行推销准备、寻找顾客、约见、接近、洽谈、成交和谈判签约的全过程。通过本课程学习，使学生不但能熟悉推销与谈判的基本理论和基本方法，更应熟练掌握基本技能，使学生具备从事推销与谈判等业务工作的能力，同时还注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）正确认识推销观念。

（2）掌握推销模式与推销方格理论。

（3）掌握谈判的特征，掌握谈判的计划制定和团队管理，掌握谈判的原则。

（4）掌握寻找、约见与接近顾客的方法。

（5）掌握谈判的过程中的各种策略的运用。

（6）掌握推销成交信号的识别和成交方法的运用。

（7）掌握签订合同的技巧。

2、能力目标

（1）成功地推销自我。

（2）能运用推销理论与技巧，成功地向顾客推销出商品。

（3）能运用谈判理论与技巧，成功地达成谈判目标。

（4）以培养“合格优秀的推销员”为主要目标。

3、素质目标

（1）培养学生优良的客户沟通、灵活应变、心理调适等销售职业道德品质。

（2）培养学生的学习能力、工作能力、创新思维能力。

（3）培养学生诚实守信、严谨认真和敬业爱岗的职业态度。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	树立正确的推销观念	①树立正确的推销观念；	2	案例分析、情景模拟：认识正确的推销观念，掌握推销自我的技巧，了解推销员应该具备的素质与能力。	认识正确的推销观念，掌握推销自我的技巧，了解推销员应该具备的素质与能力。
		②在推销商品之前推销自我；	2		
		③推销员的素质和能力。	2		
2	推销模式与推销方格	①推销的概念，新世纪的推销观念；	2	案例分析、模拟推销实训：各种推销模式的适用范围及技巧；运用推销方法理论进行推销。	能掌握四种推销模式的灵活运用，灵活运用推销方格理论。
		②推销的埃达模式、迪伯达模式及操作运用；	2		
		③推销的埃德帕模式和费比模式及操作运用；	2		
		④推销方格理论	2		
		⑤推销理论实操训练	2		
3	谈判的概念与原则	①谈判概述（谈判与商务谈判、特征、内容）；	2	案例分析:掌握谈判的概念、特征和内容；掌握谈判队伍组成、谈判目标与计划确定；掌握谈判的方式和原则。	领会谈判的实质；学会制定谈判计划； 明白谈判的方式和原则。
		②谈判计划与管理（推销谈判信息收集、队伍组成、谈判目标与计划确定）；	2		
		③商务谈判的原则	2		
		④案例分析与谈判实操练习	2		
4	寻找与接近顾客	①寻找顾客的原则与方法；	2	案例分析、情景模拟：掌握寻找顾客的原则方法；掌握顾客资格审查的方法和推销准备的内容；掌握约见顾客的方法；掌握接近顾客的原则和方法。	学会寻找顾客的各种方法；做好推销准备工作；学会各种约见顾客的方法；学会接近顾客。
		②顾客资格审定、资料准备；	2		
		③约见顾客（内容、方法与操作）；	4		
		④接近顾客的目的与方法。	4		
5	谈判过程与策略	①谈判策略含义运用及选择；	2	案例分析、情景模拟：掌握谈判策略的运用	学会选择谈判策略；学会掌握谈判
		②谈判开局；	1		

		③报价；	1	原则和技巧；掌握开局阶段的内容；掌握报价的技巧；掌握还价的技巧；掌握让步的技巧。	开局；学会报价技巧；学会还价技巧； 学会让步技巧。
		④讨价还价；	1		
		⑤让步。	1		
6	僵局 缓解	①谈判障碍的克服（僵局的缓解）；	2	案例分析、情景模拟：掌握僵局的处理方法；掌握处理顾客异议的方法。	学会缓解僵局； 学会处理好顾客异议。
		②顾客异议的处理。	2		
7	推销成交与签订合同	①成交信号；	2	案例分析、情景模拟：掌握成交信号和成交时机；掌握各种成交方法；掌握签订合同及成交后续工作的内容。	识别和抓住成交时机；学会使用各种成交方法；学会签订合同和处理成交后续工作。
		②成交方法；			
		③成交注意事项；	2		
		④签订合同。			

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 10%。

（2）期末理论考试成绩占 50%。

（3）期末实践操作成绩占 40%。

2、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核、实践操作考核三部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。其中课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）期末闭卷理论考核：考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试，试题构成：单选题＋多选题＋判断题＋案例分析题，考核内容中：推销谈判知识、原理、方法占 40%，营销案例分析占 60%。

（3）实践操作考核：实践部分实行“实地推销”制度，7 个项目：树立正确的推销观念及推销自我、推销模式和推销方格、谈判概述、寻找和接近顾客、谈判策略和过程、僵局缓解、成交与签订合同及后续实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65％）、学习态度（20％）、报告撰写（15％），采取学生自评（15%）、互评（35%）及老师评价（50%）方式，注重过程考核。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 64 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	正确的推销观念	4	2	6
2	推销模式和推销方格	6	4	10
3	谈判的概述和原则	4	4	8

4	寻找和接近顾客	7	7	14
5	谈判策略和过程	8	4	12
6	僵局缓解	3	3	6
7	推销成交与签订合同	2	2	4
8	其他	2	2	4
	合计	36	28	64

2、教学建议

（1）教学方法多样化

借助企业实际推销项目和学校展会销售，利用模拟情景教学法、驱动教学法以及案例教学法等教学方法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等，着重考核学生的实际推销业绩和谈判能力，与职业素养的养成过程。

（2）教学手段现代化

利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 3-4 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟。

（4）主讲教师要求：任课教师应具有扎实推销与谈判方面的理论知识与实践基础。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合湖南省高职营销专业技能抽查标准，建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营销专业技能抽查标准中有关产品推销、商务谈判测试部分内容的要求来自编教材。

（2）参考书

《推销与谈判——原理.技巧.实务》第二版 十一五规划高职高专教材；上海财经大学出版社；简彩云李贞主编；2014 年。

《市场营销》 (美)菲利普·科特勒,(美)加里·阿姆斯特朗著，华夏出版社,2003.7

《谈判真理》 （英）盖温.肯尼迪著，中国宇航出版社，2008

《国际推销大师成功秘诀》 马必成 马克泰，国际广播出版社，2002

《案例式谈判学》 陈荣杰，内蒙古人民出版社，2000.1

《谈判训练》　孙兆臣、易吉林，武汉大学出版社，2003.11

《超级推销——成功推销200方法和绝妙说词》　周树清，内蒙古人民出版社，2003，4

《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用建议：校内推销与谈判实训室用于模拟推销与谈判；设置校内展销会，通过模拟和仿真的实践，帮助学生掌握推销与谈判的全过程技巧。

（2）校外实践教学条件开发建议：让学生积极参加每年的农博会和茶博会，与湘贵实业有限公司合作开展推销活动，帮助学生实际参与推销与谈判的真实过程。

六、说明

1、本课程标准由市场营销教研室专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：李贞

4、初审：王娜玲

5、二审：

6、审定：

日期：2020年7月20日

8.《销售管理》课程标准

课程代码：待定

课程名称：销售管理

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：24 学时　　实践学时：24 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》、《会计基础知识》

后修课程：无

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业的一门主干专业课程。本课程以管理学、市场营销学理论为基础之上的应用学科。从销售经理的角度，介绍了企业销售管理所涉及的主要理论与实务，为毕业生在销售主管、渠道主管、销售代理岗位或者将来晋升区域经理、销售经理等高级职位进行知识和技能的储备。本课程是构成专业基本能力——销售管理技能的重要组成部分，开设在《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》等课程后，为后续学生毕业实习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

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能力；在教师的指导下，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。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）了解销售职业，认识销售、销售管理和销售伦理；

（2）掌握销售过程，认识销售准备，理解关系销售；

（3）掌握销售规划与设计的内容；

（4）掌握销售组织建设内容，识别销售人员的行为和动机；

（5）制定相应薪酬制度、激励制度和绩效考评措施；

（6）掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理等销售货品管理内容；

（7）理解销售管理的新趋势，了解如何利用网络进行销售管理。

2、能力目标

（1）具有销售组织与管理的初步能力；

（2）能在具体实施项目中进行销售规划与设计，制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算；

（3）能进行销售区域划分和设计、业务管理和管理销售网络成员；

（4）能够进行销售组织建设，设计销售组织、带领团队高效运作；

（5）能够进行销售货品管理，掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理；能够掌握销售服务管理，提高服务质量。

3、素质目标

（1）具备良好的服务意识，塑造良好的职业形象；

（2）培养学生爱岗敬业、诚实守信、忠诚企业的职业操守；

（3）具备吃苦耐劳、公平公正、奉献社会等良好的意志品质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	走进销售职业	①如何成为专业销售人员	1	实操训练案例分析、讨论	认识销售并了解销售工作的类型和销售管理的内涵，理解企业社会责任与营销活动的关系，掌握管理角色、技能、层次等管理学的知识。
		②面对销售中的伦理和社会责任	1		
		③竞争销售管理岗位	2		
2	销售过程管理	①销售准备	2	实操训练案例分析、讨论	掌握客户购买的黑匣子理论及销售沟通、空间、沟通障碍等客户沟通的基本理论，理解关系销售的含义及关系销售七个步骤的相关概念和基础理论。
		②关系销售	2		
3	销售规划与设计	①销售计划	1	实操训练案例分析、讨论	认识销售计划、销售预测、销售配额、销售预算的含义，把握销售计划、销售预测、销售配额、销售预算的各种类型的特性，理解销售计划、销售预测、销售配额、销售预算四者在销售规划与设计之间的逻辑关系。
		②销售预测	1		
		③销售配额	1		
		④销售预算	1		
4	销售区域管理	①销售区域划分与设计	2	实操训练案例分析、讨论	认识销售区域含义、销售区域目标、销售区域设计、销售区域开发等基本知识，理解中间商、经销商、代理商等基本概念。
		②销售区域业务管理	1		
		③销售网络成员管理	1		
5	销售组织建设	①销售组织设计	2	实操训练案例分	掌握不同销售组织的类型及其优缺点，掌握销售部、销售经理、销售人员一般性职
		②销售组织职能	1		

		③销售团队的高效运作	1	析、讨论	能设计，理解销售团队管理基本理论。
6	销售人员的甄选、培训与薪酬	①销售人员的甄选	1	实操训练案例分析、讨论	理解销售人员的胜任力模型和销售人员招聘各环节的主要知识点，掌握销售人员培训五个步骤的管理要点，把握销售人员不同类型薪酬制度的特点和适用情况，理解销售人员不同费用报销制度的特点及其适用性。
		②销售人员的培训	1		
		③销售人员的薪酬	2		
7	销售人员的激励与绩效考评	①销售人员的行为和动机分析	2	实操训练案例分析、讨论	理解销售人员的行为模型，掌握激励的主要理论，理解销售人员绩效考评的含义、原则和体系内容。
		②销售人员的激励	1		
		③销售人员的绩效考评	1		
8	销售货品管理	①订货、发货与退货的管理	2	实操训练案例分析、讨论	了解订单的种类和订单报价的主要因素，理解发货、退货的主要环节，理解终端管理的商品陈列、促销、人员管理、会议的主要知识，掌握窜货、窜货主题、窜货类型、窜货治理的基本知识。
		②终端管理	1		
		③窜货管理	1		
9	客户关系管理	①客户关系管理概述	1	实操训练案例分析、讨论	理解客户、客户关系、客户关系管理、客户需求结构、客户商业价值、客户生命周期、客户终生价值理论的含义，掌握信用调查、评估、政策和信用动态管理的相关知识。
		②客户的商业价值分析	2		
		③客户信用管理	1		
10	销售服务管理	①销售服务策略	2	实操训练案例分析、讨论	认识客户咨询服务、代理设计服务、产品示范服务等7项售前服务的内容和服务要求，认识代理包装服务、代送代运服务、包退包换等9项售后服务的内容和服务要求，理解服务质量的含义与特征。
		②销售服务质量	2		
11	销售分析与评估	①销售额分析	1	实操训练案例分析、讨论	理解销售额分析的含义和目的，掌握销售费用分析的主要内容，理解销售人员费用控制的含义和费用控制方案要义，理解销售队伍效率分析、广告效率分析和分销效率分析的主要内容。
		②销售费用分析	1		
		③销售效率分析	2		
12	销售管理的新趋势	①网络销售管理	2	案例分析、讨论	理解网络经济和网络销售管理、营销信息系统的含义和四大构成子系统，理解数据库营销的含义和特征，理解系统集成销售管理的含义。
		②销售数据库的构建与应用	1		
		③系统集成销售管理	1		

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 20%。

（2）期末考试成绩占 60%。

（3）销售项目实践占 20%

2、考核内容与考核方式

本课程为考查课，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。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

①课堂表现（50 分）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

②作业（50 分）

（2）期末考核

采用理论卷面考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

（3）销售项目实践考核

考核中选择实际的销售项目进行操作，学生在若干个项目中抽取一个项目进行操作。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	走进销售职业	2	2	4
2	销售过程管理	2	2	4
3	销售规划与设计	2	2	4
4	销售区域管理	2	2	4
5	销售组织建设	2	2	4
6	销售人员的甄选、培训与薪酬	2	2	4
7	销售人员的激励与绩效考评	2	2	4
8	销售货品管理	2	2	4
9	客户关系管理	2	2	4
10	销售服务管理	2	2	4
11	销售分析与评估	2	2	4
12	销售管理的新趋势	2	2	4
学时总计		24	24	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。教师可以将企业销售管理岗位的实际来设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能后，进行实训设计，强化技能训练，然后进入企业顶岗实习，从而适应岗位要求，为学生零距离就业打下基础。通过这

样的设计，完成了“基于工作岗位一体化”的教学过程。

（2）教学手段现代化

课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。在加强校园网、电子图书馆、多媒体教室等数字化教学环境建设的基础上，100%使用多媒体授课。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）主讲老师要求：任课教师应具有扎实的销售管理知识和企业销售管理经验。教师应根据学生的知识水平、阅历结合专业特点，以书面教材为主要教学媒体，通过案例、讨论、课件等教学手段，调动学生学习的积极性，并培养学生的自学能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《销售管理实务》 蔡瑞林编著　人民邮电出版社

（2）参考书

《市场营销管理》（亚洲版）菲利普·科特勒 洪瑞云等 中国人民大学出版社

《市场营销学》 吴健安主编 安徽人民出版社

《销售管理》 李先国主编 企业管理出版社

《管理学》哈罗德 孔茨著　经济科学出版社

《销售管理》 能解银主编 高等教育出版社

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：李飘

4、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2020 年 7 月 30 日

物流管理专业

1.《采购与供应链管理》课程标准

一、课程性质

本门课程是物流管理专业开设的一门专业核心课程。

本课程是构成专业基本能力——物流运营业务组织与协调技能的重要组成部分。开设在《现代物流基础》、《电子商务基础与应用》、《运输管理实务》、《仓储与配送管理实务》、《企业管理》等课程之后。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生系统的获得供应链管理的基本理论、原理、方法，培养学生供应链构建、供应链优化、供应链运作、供应链管理、供应链绩效评价以及资源整合等环节的实战能力，特别是供应链管理岗位上的作业与管理能力。

（二）具体目标

1、素质目标

（1）具备良好的管理意识；

（2）具备良好的职业道德；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质。

2、知识目标

（1）认识采购与供应链管理的发展；

（2）了解供应链的特征；熟悉供应链管理的目标和内容；

（3）掌握供应链构建、供应链优化、供应链运作等主要内容。

3、能力目标

（1）能对制造商、批发商、零售商、物流商主导的供应链进行管理；

（2）能进行供应链绩效评价以及资源整合。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	供应链	（1）供应链的含义与特征；	案例分析和微课	了解供应链的含义

	的认知	（2）供应链管理的目标与内容； （3）供应链管理的特点。	学习。	和供应链管理的特点，掌握供应链管理的目标和内容。
2	供应链构建与优化	（1）供应链类型； （2）供应链结构； （3）供应链设计的原则，方法和步骤； （4）供应链预测的意义与方法； （5）供应链缺陷分析的流程，供应链管理的瓶颈； （6）规避供应链风险的方法 （7）供应链合作伙伴关系的要点。 （8）供应链战略匹配	（1）案例分析： （2）微课学习； （3）课堂看一看，谈一谈，画一画活动： （4）课堂实训：建立供应链合作伙伴关系。 （5）章节测试。	了解供应链设计原则，供应链缺陷分析流程，供应链规避风险方法；掌握供应链结构和供应链预测的方法，掌握供应链合作伙伴关系的要点；理解供应链战略匹配。
3	供应链运作	（1）供应链运营的动力和制约因素； （2）供应链运营模式选择； （3）供应链维持的原则； （4）供应链协同管理的要点； （5）供应链更新的意义； （6）供应链更新的方法。	（1）案例分析； （2）课堂看一看，说一说，想一想活动。 （3）章节测试。	了解供应链更新的意义；清楚供应链运营的动力和制约因素和供应链运营模式选择；掌握供应链维持的原则；熟悉供应链更新的方法。
4	供应链管理实战	（1）制造商主导的供应链管理； （2）批发商主导的供应链管理； （3）零售商主导的供应链管理； （4）物流商主导的供应链管理。	（1）案例分析； （2）课堂看一看，说一说，想一想活动； （3）企业内部管理岗位模拟，角色扮演； （4）章节测试。	掌握延迟生产策略；掌握批发商，零售商和物流商主导的供应链模型；掌握批发商准时制采购，供应商管理库存方法和联合库存管理方法；掌握快速响应策略和有效客户相应方式。
5	供应链	（1）供应链绩效评价的概念；	（1）课堂看一看，	掌握供应链绩效评

	管理绩效评价	（2）供应链绩效评价的原则； （3）供应链绩效评价的指标体系； （4）供应链绩效评价的方法和步骤；	说一说，想一想活动； （2）章节测试。	价的概念和评价指标体系； 掌握供应链绩效评价的方法和步骤；

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时学习过程成绩占 50%；期末考试成绩占 50%。

1、平时学习过程成绩占 50 分

课堂出勤纪律占 5 分，课堂互动占 5 分，作业任务完成占 15 分，章节测试 15 分，课堂实训 10 分。

2、期末考试成绩占 50 分

采用理论闭卷笔试方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 32 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	供应链认知	2	2	4
2	供应链构建与优化	4	4	8
3	供应链运作	2	2	4
4	供应链管理实战	8	4	12
5	供应链管理绩效评价	2	2	4
	学时总计	18	14	32

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用微课，多媒体课件，案例研讨，课堂看一看、说一说、想一想等活动，实操测试，模拟演练等多样化形式进行教学。做到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。

（2）教学手段现代化。利用学习通，多媒体等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

运用现代教育技术，采用多媒体教学手段，开发、制作本门课程的教学课件、运用电脑、投影仪等多种手段进行教学，具体说来就是：

1)播放制造企业、批发企业、零售企业和物流企业的图片、宣传片，使学生直观地了解和掌握不同企业类型主导的供应链管理的特征，提供有效信息。

2)播放各类企业供应链优化案例，让学生感受企业供应链构建与优化要求，并思考如何发现、分析、解决实际问题。

3)让学生自己制作企业供应链构建模型的小课件，培养收集信息、处理信息的能力，并提高电脑使用能力。

4)进行网上布置作业、网上批改作业、网上论坛与教学咨询。

5)开展网上查阅资料信息。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组共同完成老师布置的实践型任务，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《供应链管理》，朱占峰 陈勇主编，高等教育出版社，2019 年 1 月（第 3 版）

（2）参考书

《供应链管理》，万志坚 主编，高等教育出版社，2014 年

（3）参考网络资源

http://www.cnki.net.中国知网

http://www.chinawuliu.com.cn/ 中国物流与采购网

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：辛磊

4、初审（教研室主任或专业带头人）：成莹洁

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：　　2020 年 7 月 23 日

2.《仓储与配送管理实务》课程标准

一、课程性质

《仓储与配送管理实务》是物流管理专业一门重要的专业核心课程。本课程主要研究仓储的概念、仓储公司的组建、仓储设施设备管理、仓储作业管理、仓储经营管理、配送认知、配送作业等内容。学生通过本课程理论学习和实践操作，应全面系统地掌握仓储及仓储经营管理、仓库和仓库设备、仓储规划设计、仓库进出库作业、仓库保管作业、仓储业务管理、配送作业管理等仓库管理和配送管理职业岗位业务管理的基本理论和方法，具备商品储存业务基本管理知识和基本技能，为未来从事有关物流仓储和配送管理业务工作奠定基础。

本课程是构成专业基本能力——仓储和配送管理技能的重要组成部分。开设在现代物流基础、运输管理实务、商品基础知识课程后，为后续课程物流客户服务、供应链管理等课程的学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程在教学过程中，注重以仓储管理和配送管理的综合知识为基本，具体仓储作业和配送作业组织和管理为重点，理论教学与实践教学并重，重点培养学生在仓储管理方面的知识积累和动手能力。

（二）具体目标

1、素质目标

（1）具备强烈价值观、责任感；

（2）具有从事物流相关工作的安全意识、质量意识；

（3）具备良好的团队协作意识和创新意识；

（4）具备吃苦耐劳的意志品质；

2、知识目标

（1）理解仓储及仓储管理概述内容；

（2）了解仓储行业的发展、仓库有关知识；

（3）熟悉仓储企业设立的相关内容；

（4）掌握仓储设施设备的结构；

（5）掌握物资入库流程、方法、步骤和操作要点；

（6）了解商品养护知识；

（7）掌握盘点的内容、方法和步骤；

（8）掌握商品出库作业的流程、发货方式、要求等内容；

（9）理解配送概述等知识；

（10）熟知配送的组织与方法；

（11）理解线路优化、车辆记载等知识；

（12）熟悉仓储商务活动的内容与过程；

（13）掌握仓储绩效管理知识。

（14）熟悉智能仓储的新知识、新技术。

3、能力目标

（1）能够根据要求设立有限责任仓储企业；

（2）具有制定仓储企业竞争战略的能力；

（3）具备仓储组织设计与人员管理的基本技能；

（4）能够熟练操作入库作业，组织物资入库；

（5）具备合理安排储位的能力，识别和进行商品编码、货位编号；安排商品的垫垛和苫盖；

（6）能够设计商品的盘点方案；

（7）能够进行货物出库管理的设计，能够处理货物出库时出现的问题；

（8）具备简单库存控制的能力；

（9）能够制定仓储投标书，参与一般性仓储商务活动；

（10）具备对仓储进行绩效管理的能力；

（11）具有仓储自动化技术应用与管理的能力；

（12）能够合理安排配送车辆；

（13）能够设计简单的配送线路。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	认识仓储业	（1）仓储和仓储管理； （2）仓库和仓库管理。	认知学习：仓储行业发展现状及存在问题； 我国仓储行业与国外仓储行业比较分析。	对仓储业有大概了解，认识到仓储的重要性； 对仓储企业进行调研。
2	仓储企业的组建	（1）仓储企业的分类与设立企业的要求； （2）组织结构； （3）仓储人员选拔、培训和考核的目的和方法；	组建模拟仓储公司，设置全套信息； 教师点评，小组互评	能够根据要求设立有限责任仓储企业； 具备仓储组织设计与人员管理的基本技能； 能够对仓库布置和储位划分提

		（4）仓库布置与储位划分。		出合理建议。
3	仓储设备	（1）现代智能技术对仓储的作用与影响； （2）常用设备的使用方法； （3）仓储管理信息系统。	理实一体化教学： 能够熟练使用仓储设备； 熟悉仓储设备的选取、分配等活动	具有选择合适的新技术应用于仓库的能力； 根据实际情况提出仓储管理信息系统需求的能力。
4	仓储作业	（1）入库作业； （2）在库作业管理； （3）出库作业。	采取理实一体化教学模式：模拟几种商品入库作业操作。 在库盘点，7S 管理；几种商品的出库作业。 过程考核，小组互评。	能够熟练组织商品入库； 能够安排商品的垫垛和苫盖； 能够设计商品的盘点方案及差异分析； 能够进行货物出库组织和管理的设计；能够处理物资出库时出现的问题。
5	仓储经营管理	（1）库存控制的含义、作用； （2）ABC 分析法、定期、定量订货法； （3）仓储商务活动的内容与过程； （4）仓储合同的内容及仓单的作用； （5）仓储成本的构成。 （6）投标书的制作内容。	情景模拟法，利用简单的库存控制方法实施库存管理； 设计仓储商务活动方案；	具备进行库存控制的能力； 具备制定仓储一般商务活动方案的能力； 具备对仓储进行绩效管理的能力。
6	配送认知	（1）配送与配送中心概述 （2）配送中心组织管理 （3）配送作业模式	情景模拟教学： 根据背景资料设计配送中心。 配送中心项目实施的可行性分析	能够对配送中心进行分类；确定配送模式 根据实际情况，设计合理的配送中心布局图
7	配送作业	（1）配送作业流程 （2）车辆积载原则与方法 （3）配送线路优化方法	情景模拟教学： 设计配送车辆积载方案 设计配送线路优化方案	能够根据客服需求、配送中心的能力，合理车辆调度作业； 能够设计科学合理的线路优化方案。

四、课程考核（不违反成绩管理办法）

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（50%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（50%）

其中：仓储作业实操（60%），仓储行业分析报告（10%），仓储设备的选取与使用（20%），仓储商务活动方案（10%）。

各实践操作成绩都由学生互评（40%）和教师评价（60%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认识仓储业	4	2	6
2	仓储企业的组建	2	2	4
3	仓储设备	3	3	6
4	仓储作业	7	9	16
5	仓储经营管理	6	4	10
6	配送认知	6	2	8
7	配送作业	2	4	6
	学时总计	30	26	56

2、教学建议

（1）教师的基本要求

大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力；具备设计基于能力导向的教学法的设计应用能力；具备系统的物流管理专业知识；有丰富的企业工作经验；具有良好的职业道德和责任心。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，通过超星学习通平台线上线下教学相结合，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材（不违反教材管理办法）

《仓储作业管理》薛威，“十二五”职业教育国家规划教材，高等教育出版社

（2）参考书

《配送作业管理》，沈文天，“十二五”职业教育国家规划教材，高等教育出版社

《仓储管理实务》梁军，“十二五”职业教育国家规划教材，高等教育出版社

（3）参考网络资源

微信公众号：物流沙龙，物流时代周刊推送的文章、视频、图片等信息资源。

国家职业教育物流专业教学资源库资源。

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

利用物流实训室（S101）上课，开展理实一体化课程，学生边学边练习，提高学生的实际操作能力，为物流技能竞赛做准备。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

中外运久凌有限公司、中国邮政速递物流有限公司长沙分公司、湖南顺丰速运有限公司，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队、中国邮政速递湖南分公司岳麓分部等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：**成莹洁**

4、初审（教研室主任或专业带头人）：辛磊

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 4 月 1 日

3.《国际货运代理实务》课程标准

一、课程性质

《国际货运代理实务》是物流管理专业的一门核心主干课程。是在运输实务、国际贸易实务、物流专业英语等先行课基础上开设的，专门研究国际间货物运输与货运代理的基本理论和实务操作的一门实践性很强的综合性应用学科。课程涉及国际贸易、结算、货运保险、关检等多方面的理论和实务知识，主要针对性地介绍与国际货运代理业密切相关的海运、航空货运、陆路和国际多式联运、国际物流与仓储等业务。

本课程以基于工作过程的项目任务为主线，以提高学生职业能力为核心，要求学生全面学习和掌握国际货运代理的综合知识，掌握从事国际货运代理工作和进出口业务工作所必备的专业知识、业务技能和职业能力。同时，本课程围绕岗位工作任务需要，选择和组织课程内容，突出工作任务与知识的内在联系，使学生在实践中、在工作任务中有针对性地掌握知识，增强学生的实践能力与就业能力。

二、课程目标

（一）总体目标

《国际货运代理实务》课程引入项目教学方法，将《国际货运代理实务》的主要内容根据货代一线操作实践将其分为若干个项目，每一项目设计明确的工作任务，该项目的教学工作围绕该工作任务展开，设计具体的任务内容，授课与实训围绕核心任务展开，授课的效果以学生完成工作任务的效果来评价，提高授课内容的操作性，增强授课内容的针对性。本课程定位在全面了解国际货运代理基础的相关基础理论知识和掌握国际货运代理基础的相关实践操作。并通过强化模拟实操过程，加深学生对课堂讲授内容的理解。使学生从国际货运基础理论、国际贸易方式等角度对货运基础的基本理论与实践进行了解和掌握，熟悉国际货运代理活动对经济活动、企业管理和政府公务的影响，强化学生对国际货运代理业务的理解和分析能力，突出面向国际物流管理应用的能力，培养学生的综合素质、分析能力、创新能力和团队协作精神。

（二）具体目标

1、素质目标

（1）培养学生的语言表达能力和沟通能力；

（2）培养学生分析问题、解决问题及创造性思维的能力；

（3）培养学生的团队合作精神；

（4）培养学生应有的职业道德和法律意识；

(5) 培养自主学习能力、分析问题和解决问题的能力；

（6）培养国际货运现场处理事务的能力。

2、能力目标

（1）能准确掌握国际货运代理业务的经营范围；

（2）能熟知货代企业的含义、性质、业务范围、法律地位及责任；

（3）能掌握国际货运代理中各类信息、单据在公司内外流转的各种程序；

（4）能熟练掌握与海关、商检、银行、保险等有关的货代业务知识和操作技能；

（5）能正确接受货主、承运人等客户的咨询并及时解答；

（6）能及时、准确、有效地处理、满足客户的国际货运需求；

（7）能熟练代办租船订舱、保险等业务，并能协调处理货运货损事故等；

（8）能熟悉各种国际货代业务单证，并能正确填写、处理、递交；

（9）能熟练办理进、出口货物的交接；

（10）能熟练掌握索赔理赔程序，现场记录和证据保存。

3、知识目标

（1）通过本课程的学习，使学生熟悉国际商贸法律法规、掌握国际贸易实务知识；

（2）掌握国际货运单证相关知识；

（3）掌握国际货运代理全流程、集装箱运输等知识；

（4）熟悉业务内容和业务流程、学会处理运输纠纷；

（5）熟悉货运保险和货代责任险知识；掌握计算运杂费方法。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	**国际货运代理概述**	①国际货运代理的概念； ②国际货运代理企业； ③国际货运代理的行业管理； ④国际货运代理的发展方向。	课堂讨论：“代理”的法律认知； 网络查找：知名货代企业； 课堂讨论：货代发展方向。	知识： ①掌握国际货运代理的概念、性质、业务范围、作用； ②掌握中国与国际货运代理行业组织的情况； ③掌握国际货运代理管理制度； ④掌握国际货运代理发展方向。 技能： ①学会判断国际货运代理组织的性质； ②学会判断货代公司的行为是否符合行业法规； ③具备自主学习的能力。
2	**国际货代法律地位与责任保险**	①国际货运代理法律地位概述； ②我国有关代理法律规定； ③我国国际货运代理法律责任； ④国际货运代理责任保险制度。	课堂讨论：货代业务中的风险案例； 课堂讨论：货代角色的识别； 课堂讨论：货代风险防范机制。	知识： ①理解国际货运代理的法律地位； ②掌握我国有关代理法规的主要内容； ③掌握我国国际货运代理法律地位的识别方法； ④掌握国际货运代理责任保险制度。 技能： ①在实际业务中学会判断国际货运代理企业的法律地位； ②在实际业务中学会合理运用国际货运代理保险业务； ③具备自主学习的能力。
3	**国际货代与揽货**	①揽货的概念； ②客户群的分析； ③揽货中应注意的事项； ④揽货人员必须具备的资质。	课堂表演：如何成功进行揽活； 课堂小结：揽货中发现问题、解决问题。	知识： ①掌握揽货的概念； ②客户群的分析； ③掌握揽货中应注意的事项； ④掌握揽货人员必须具备的资质。 技能： ①能做国际货运代理的市场营销； ②掌握接收客户委托后应做的工作。
4	**国际海运货代与订舱**	①国际海上货物运输概述以及海上货物、海运船舶； ②订舱的概念，订舱前必须做	情景分析：如何订舱； 单据缮制：订舱单； 课堂小结：订舱注意事项。	知识： ①掌握订舱的概念； ②掌握订舱前必须做的工作； ③掌握订舱单的内容。 技能： ①能进行网上订舱；

		的工作； ③订舱单的内容； ④网上订舱。		②学会填制订舱单； ③学会拼箱货的订舱。
5	**国际海运货代与装货**	①海运集装箱、装货的几种方式； ②装货前的准备工作、装货单据； ③装货程序及注意事项、装货单据的使用； ④跟踪集装箱装货的全过程。	课堂讨论：集装箱的认知；装箱要领； 学习认知：集装箱的标准化。	知识： ①掌握装货的几种方式； ②掌握装货前的准备工作； ③掌握装货程序及注意事项； 技能： ①学会走完装货程序； ②学会跟踪集装箱装货全过程； ③会填制和运用集装箱设备交接单。
6	**货代与报关**	①报关企业的基础知识； ②企业口岸通关的作业流程； ③海关管理的法律规范。	课堂讲授 案例讨论	知识： ①掌握报关企业的基础知识； ②掌握企业口岸通关报关的作业流程； ③海关管理的法律规范。 技能： ①会填制出入境单据； ②会企业口岸通关报关的业务操作。
7	**国际海运货代与制单**	①海运提单的概念； ②海运提单的种类； ③海运提单上记载的内容； ④海运提单的使用。	案例分析：提单缮制； 边学边练：提单的使用。	知识： ①掌握海运提单的概念； ②掌握海运提单的种类； ③掌握海运提单的缮制、签发、更改、补发和背书。 技能： ①学会各类提单的填制； ②学会正确使用提单。
8	**国际海运货代与收费**	①运价与运费的概念； ②运费的结构； ③附加运费的种类； ④集装箱班轮运费的计算。	课堂训练：各种海运运费的计算。	知识： ①掌握运价与运费的概念； ②掌握运费的结构； ③掌握附加运费的种类。 技能： ①学会计算杂货班轮运费； ②学会计算集装箱班轮运费。
9	**国际海运货代与放货**	①班轮公司提单的放货； ②无船承运人提单的放货；	课堂训练：各种不同情形的放货。	知识： ①掌握班轮公司提单的放货； ②掌握电放； ③掌握无单放货。

		③拼箱货物的放货； ④电放； ⑤无单放货。		技能： ①掌握不同提单下的放货方法； ②区分电放与无单放货。
10	**国际航空货运代理**	①国际航空运输业务； ②国际航空运输业务流程及单证； ③国际航空公约及案例分析。	知识查找：航空运输基础知识； 边学边练：国际航空运输业务流程； 实操训练：航空运单的缮制；航空运费的计算。	知识： ①了解出口航空货运代理业务基础知识； ②掌握国际出口航空货运代理的业务流程和单据缮制； ③了解进口航空货运代理业务基础知识； ④掌握国际进口航空货运代理的业务流程和单据缮制。
11	**国际多式联运代理**	①国际多式联运基础； ②国际多式联运业务流程及单证； ③国际多式联运方案设计； ④国际多式联运法律责任及案例分析。	课堂讨论：国际多式联运的产生； 边学边练：国际多式联运方案设计。	知识： ①了解出口多式联运业务； ②了解进口多式联运业务。 技能： 国际多式联运方案设计

四、课程考核

课程考核：

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末闭卷和模拟实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取平时过程考核与期末理论考试相结合的方式，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 50%，

课堂出勤纪律占 10%，课堂发言占 10%，作业占 20%，模拟实操任务占 60%。

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

采用理论闭卷笔试方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 64 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	国际货运代理概述	2	2	4
2	国际货代法律地位与责任保险	4	2	6
3	国际货代与揽货	2	2	4
4	国际海运货代与订舱	4	2	6
5	国际海运货代与装货	4	2	6
6	国际货代与报关	4	2	6
7	国际海运货代与制单	6	2	8
8	国际海运货代与收费	4	2	6
9	国际海运货代与放货	2	2	4
10	国际航空货运代理	4	6	10
11	国际多式联运代理	2	2	4
	学时总计	38	26	64

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以企业典型工作任务为主线，将国际货运代理各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（1）教材

《国际货运代理（第二版）》　肖旭　高等教育出版社 2014 年；

《国际货运代理实务》　陶婷、符蓉　华东师范大学出版社 2014 年；

《国际货物运输代理概论》　2010 年国际货运代理员考证教材 中国商务出版社 2010 年；

《国际陆路与国际多式联运》 2010 年国际货运代理员考证教材 中国商务出版社 2010 年；

（2）参考书

《新编国际货运代理理论与实务》 王森勋 北京大学出版社 2010 年；

《国际货运代理理论与实务》 谢海燕 中国商务出版社 2009 年

（3）参考网络资源

国际货运代理综合服务网：http://www.ciffic.org

中国国际货运代理协会：http://www.cifa.org.cn/

福建省国际货运代理协会： http://www.fiet.gov.cn/huodai

深圳货运信息网：http://www.csanda.cn

锦程物流网：http://www.jctrans.com

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

国际货运代理模拟系统可用于模拟货代活动实践操作，帮助学生了解国际货运代理业务流程以及业务活动中的单据缮制和单据流程。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

中国邮政湖南分公司、深圳商壹国际物流有限公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队、中国邮政湖南分公司、深圳商壹国际物流公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：彭庆

4、初审（教研室主任或专业带头人）：成莹洁

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2020 年 4 月 1 日

4.《快递实务》课程标准

一、课程性质

《快递实务》是湖南商务职业技术学院物流管理专业构建 “工作过程为导向的”新课程体系中的一门专业课程，属于高职工商管理类专业开设的专业理论课程。

通过本课程的学习和训练：一方面通过课堂教学使学生了解快递业务在人们生活以及物流管理活动中的具体地位，尤其是快递业务发展对电子商务发展所起到的作用；第二个方面是要学生了解快递业务活动的基本流程，以及各流程的具体操作和注意事项，结合快递企业操作标准，熟练掌握快递业务操作的基本流程；第三个方面站在管理的角度对快递企业业务活动进行分析，掌握业务操作过程中可能存在的问题及有效的解决方案，从快递企业运营管理的角度，形成有效的管理思维，结合相关案例分析，对快递活动过程中出现的问题进行成因分析，并形成具体的解决方案。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程在教学过程中，根据快递公司的运营设计教学内容，并结合学生的实际情况和职业岗位要求，对课程教学内容进行合理设计，以帮助学生掌握快递企业所需的专业技能，并形成一定的管理思维，能对快递企业尤其是快递企业运营网点的有效管理。

（二）具体目标

1．知识目标

（1）掌握快递的基本操作流程。

（2）掌握快递网点布局和岗位设置情况，了解影响快递公司分拨中心选址的因素。

（3）理解快递公司网点加盟的有关规定。

（4）了解快递运输的分类及其对运输物品的要求。

（5）掌握客户投诉处理流程。

（6）掌握快递过程中公路、航空运输的操作流程。

（7）熟悉不同模式下快递网点的管理方式。了解快递企业绩效评估的流程与模式。

（8）掌握快递网点物流成本的构成。理解网点物流成本核算的方法。

2．能力目标

（1）能够熟练的对快递行业进行分析。

（2）能够初步对新网点进行内部布局。

（3）能够熟练的进行揽件、取件和派件操作。

（4）能够熟练的进行分拣、扫描、组织装（卸）车等操作。能够熟练完成特殊快件的交接工作。

（5）能够对快递在运输中出现的异常情况进行处理。

（6）能够对常规的客户（含 VIP）投诉进行处理。

（7）能够对网点的经营成本进行测算与分析。

3.素质目标

（1）具有良好的职业道德；

（2）具有良好的沟通、交流以及处理人际关系的能力；

（3）吃苦耐劳、诚信品质、敬业精神、责任意识和遵纪守法意识。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	**要求**
1	了解快递	①快递业发展历程； ②快递业的基本流程。	①相关快递企业介绍视频； ②学生收集快递企业基本情况介绍并制作 PPT； ③学生绘制快递基本操作流程图。	①学会查找和搜集资料、； ②对企业进行调研（围绕快递企业基本介绍、业务模式进行资料收集）； ③具备自主学习的能力。
2	网点业务及管理	①了解影响快递公司网点选址的因素； ②掌握快递公司网点布局与岗位设置的情况； ③理解并掌握快递公司网点加盟的有关规定； ④能熟练进行揽件、取件与派件操作。	案例分析讨论，分析快递公司选址的基本要素；通过视频教学，让学生掌握快递业务的岗位分布，掌握网点加盟时的基本流程和注意事项，以及揽件、派件的基本操作流程。	⑩ 掌握快递公司选址基本要素； ②掌握快递公司网点岗位设置及各岗位基本操作内容； ③掌握快递公司网点加盟的基本条件和要求； ④掌握揽件、取件和派件的基本操作流程 ⑤能够根据要求对快递网点进行选址； ⑥能够开展揽件、取件、派件的操作。
3	分拨中心业务及管理	①了解影响快递公司分拨中心选址的因素； ②掌握快递企业分拨中岗位设置； ③熟练进行分拣、扫描、装车、卸车等操作； ④能熟练对贵重物品的交接进行操作。	通过案例分析和视频教学，让学生掌握快递企业分拨中心在快递网络中的地位和作用，以及如何根据快递网络制定分级的分拨中心；掌握快递企业分拨中心的基本岗位设置。	①了解快递公司分拨中心选址的因素； ②掌握快递公司分拨中心的岗位设置和基本工作内容； ③掌握分拣中心基本业务操作；分拣、装车、卸车基本操作；

4	快递运输	①了解快递运输的分类及对运输物品的要求； ②掌握快递公路运输的操作流程； ③掌握快递中航空运输的操作流程； ④掌握快递运输过程中异常情况处理。	通过案例分析，了解快递行业运输分类和运输物品的要求，掌握快递行业公路和航空运输的操作要求和基本流程，以及如何有效处理快递操作过程中的异常处理。	①快递公路运输和航空运输的基本流程； ②快递运输过程中异常情况处理；
5	快递公司客户服务管理	①快递公司客户分类及管理； ②快递客户基本服务流程； ③快递客户投诉管理。	通过案例教学掌握快递客户的分类依据和管理方法，掌握客户投诉处理的基本流程。。	①掌握客户分类与管理； ②掌握客户投诉管理技巧
6	快递企业物流成本管理	①快递企业物流成本的构成； ②快递企业物流成本核算方法； ③快递企业物流成本优化的途径。	通过快递企业物流成本分析案例，掌握快递企业物流成本的构成及核算方法；以及快递企业物流成本优化的基本思路。	掌握快递企业物流成本控制的基本方法

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照快递实务流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核快递实务的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40%

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65%）、学习态度（20%）、总结表达（10%）、团队合作（10%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	28、 基本任务完成情况； 29、 小组协作情况； 30、 职业素养的能力； 31、 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 32 学时，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	了解快递	2	2	4
2	网点业务及管理	4	2	6
3	分拨中心业务及管理	4	2	6
4	快递运输	4	2	6
5	快递公司客户服务管理	4	2	6
6	快递企业物流成本管理	2	2	4
	学时总计	**20**	**12**	**32**

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。对全班同学进行分组，在任务驱动教学过程中以小组为单位进行，确定小组组长，实行组长负责制，分时间分时段利用课余时间至邮政代理点进行顶岗实训。

（4）理论与实践相结合。快递实务是操作性很强的课程，目前我院已与邮政速递建立了物流工作室，在本课程教学过程中，全面结合物流工作室的现有设备、场地和业务，开展实践性教学，将教学场地由课堂转换到操作现场，让学生在实践操作中掌握业务操作要求，为步入工作岗位打下基础。

3、教材及参考资料建议

（1）教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以快递实务流程为主线，将快递实务实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（2）推荐教学参考书

《快递公司物流运营实务》　　花永剑主编　清华大学出版社

（3）推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国物流与采购联合会 http://www.chinawuliu.com.cn

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

充分利用学院与中国邮政共建的物流工作室为实践教学基地，让学生利用课余和课内实践教学时间 ，接受企业导师现场指导，开展实践性教学工作。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队和中国邮政速递湖南分公司岳麓分部等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：贾妍

4、初审（教研室主任或专业带头人）：成莹洁

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 7 月 1 日

5.《商务沟通》课程标准

一、课程性质

《商务沟通》涵盖商务沟通和商务谈判两方面内容的专业核心课程，是提升学生在特定商务环境下谈判与沟通能力的专业课程，是物流管理专业开出的一门独具特色、实践性极强的专业核心技能课。

该课程是构成专业基本能力——商务沟通与谈判能力的重要组成部分。开设在市场营销实务、市场调查实务、经济学课程之后，为后续课程物流客户服务、毕业实习等奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程在教学过程中，培养学生的管理沟通素质。使学生掌握沟通的基本概念和理论，团队协作的相关要求，具有物流管理工作必须掌握的基本理论、基本知识，能够从事与物流服务及相关的管理业务工作。

（二）具体目标

1、素质目标

通过本课程的学习，要求学生掌握如下素质目标：

（1）具有较强的敬业精神，性格开朗、善于沟通、能承受物流行业工作的压力。

（2）思维活跃，具有开创精神，积极配合相关部门进行物流市场策略的规划及实施。

（3）具备良好的团队合作精神和创新意识，有持续学习的能力。

2、知识目标

通过本课程的学习，要求学生掌握如下知识目标：

（1）了解谈判的要素、谈判的类型。

（2）掌握商务谈判的概念、特点，商务谈判在商务活动中的地位及意义、商务谈判的程序，商务谈判的成败标准。

（3）理解沟通目标与对象的确定；确定各交易条件的最低可接受限度方法。

（4）理解商务沟通的基本原则。

（5）理解商务沟通中的价格策略、应对策略、商务沟通地位应对策略、商务沟通对方应对策略。

（6）理解掌握并能够运用各种沟通技巧。

（7）了解各国的文化环境差异、不同国家（地区）的风格与禁忌。

3、能力目标

通过本课程的学习，要求学生掌握如下能力目标：

（1）会商务沟通的要素程序和成败标准。

（2）会进行商务沟通背景调查的内容、地点的选择和场景布置。

（3）能够运用商务沟通的基本原则。

（4）能够运用沟通中的各种技巧。

（5）能够运用商务沟通中的价格策略、应对策略。

三、内容纲要

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	沟通与商务谈判	（1）谈判的定义、特点、动因； （2）谈判的要素、谈判的类型； （3）商务谈判的基本概念、特点以及商务谈判的要素程序和成败标准。	情景模拟：以小组为单位为某次商务活动进行谈判分析。	理解谈判的要素、谈判的类型；掌握商务谈判的基本概念、特点以及商务谈判的要素程序和成败标准。
2	商务沟通的准备	（1）谈判目标与对象的确定； （2）谈判中各交易条件的最低可接受限度方法。	情景模拟：以小组为单位进行谈判信息搜集与分析。	理解谈判目标与对象的确定；确定谈判中各交易条件的最低可接受限度方法。
3	商务沟通的基本原则	（1）平等互利原则； （2）把人的问题与沟通问题分开的原则； （3）重利益不重立场的原则； （4）坚持使用客观标准的原则； （5）求同存异的原则； （6）妥协互补的原则。	情景模拟：以小组为单位对商务沟通各种场景进行模拟。	能够运用商务沟通的基本原则：平等互利原则、把人的问题与沟通问题分开的原则、重利益不重立场的原则、坚持使用客观标准的原则、求同存异的原则、妥协互补的原则。
4	商务沟通	（1）价格策略；	案例分析：以小组为单位	理解并掌握商务沟通中

	的策略	（2）商务进程中的应对策略； （3）商务沟通地位应对策略； （4）商务沟通对方作风应对策略。	对商务沟通各种出现的各种不同案例情况进行分析并得出结论。	的价格策略、商务进程中的应对策略、商务沟通地位应对策略、商务沟通对方作风应对策略。
5	商务沟通的技巧	商务沟通的技巧,具体包括 （1）“思维” （2）“听” （3）“看” （4）“问” （5）“答” （6）“叙” （7）“辩”等	情景模拟：以小组为单位对商务沟通各种技巧运用进行模拟。	理解掌握并能够运用沟通中的“思维”、“听”、“看”、“问”、“答”、“叙”、“辩”等各种技巧。
6	商务文化与礼仪禁忌	（1）不同国家的文化环境差异； （2）不同国家（地区）的风格和禁忌。	案例分析：以小组为单位对不同商务文化背景下沟通礼仪与禁忌进行分析并得出结论。	了解各国的文化环境差异、不同国家（地区）的风格和禁忌；掌握沟通的基本礼仪和礼节。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、平时考核综合评定两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时过程考核占 50%；平时考核综合评定占 50%。

1、平时过程考核。

课堂出勤占 20%、纪律占 20%分，课堂发言占 20%，作业任务完成占 40%。

2、平时考核综合评定。

可以采用理论闭卷笔试或开卷笔试、完成某一商务活动方案等形式对本课程所学内容进行综合考核核，考核次数不少于 2 次。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 32 学时，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计

1	沟通与商务谈判	4	2	6
2	商务沟通的准备	4	2	6
3	商务沟通的基本原则	2	2	4
4	商务沟通的策略	4	2	6
5	商务沟通的技巧	4	2	6
6	商务文化与礼仪禁忌	2	2	4
学时总计		20	12	32

2、教学建议

（1）教学方法多样化。综合运用 PPT 讲授法、案例分析法、游戏教学法、角色扮演法等教学方法，进行多样化教学。以学生身边的问题、学生自身成长中的问题为主进行案例分析、理论讲解、方法传授和实践运用。以经典故事、事例辅助教学，以形象化的方式使抽象的理论、方法、观念易于理解和记忆。激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。对于学生的发言、作业、实践及时给予反馈和肯定。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

使用最新的高职高专教材或“十二五”国家规划教材；本课程建议使用的教材为李品媛主编的《商务谈判--理论实务案例实训（第 2 版)》(“十二五”职业教育国家规划教材)。

3、课程资源的开发与利用

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

推销谈判实训室可用于模拟商务谈判活动实践操作，帮助学生了解谈判活动过程。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

中国邮政速递、步步高、红星、人人乐等公司是校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计商务沟通教学情境。

六、说明

1、本课程标准由物流管理教研室、商务管理教研室专业教学团队合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：李黎

4、初审（教研室主任或专业带头人）：成莹洁

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 4 月 1 日

6.

《物流成本管理》课程标准

一、课程性质

本门课程是物流管理专业的专业核心课程，本课程主要分为物流成本认知、运输成本核算与控制、仓储成本核算与控制、配送成本核算与控制、装卸搬运成本核算与控制、包装成本核算与控制、流通加工成本核算与控制等，使学生掌握物流成本管理的基础知识和实务操作，为后续物流专业课程的学习打好基础。

本课程是构成专业基本能力——物流管理技能的重要组成部分。开设在现代物流基础、仓储与配送管理实务、运输管理实务课程后，为后续课程物流客户服务、采购与供应链管理等专业核心课程的学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过对本课程的学习，学生将掌握物流成本的基本知识，了解物流成本管理的主要内容，熟悉各项物流成本的构成、核算、管理和控制；提高学生对物流活动各个环节成本的计算、分析和控制等实际操作技能。具有爱岗敬业、吃苦耐劳和与他人合作的职业素养。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）树立社会主义核心价值观。

（2）具备物流人员的职业道德感和社会责任感。

（3）具有敢于创新、乐于奉献的工作态度。

（4）具有严谨工作作风，细致、准确、有条不紊的专业素质和心理素质；

（5）具备团队合作意识和从全局出发考虑问题的思维。

2. 知识目标

（1）掌握物流成本管理的基础知识及相关理论。

（2）掌握物流成本的核算、控制方法。

（3）掌握运输成本的构成、核算与控制方法。

（4）掌握仓储成本的构成、核算与控制方法。

（5）掌握配送成本的构成、核算与控制方法。

（6）掌握装卸搬运成本的构成、核算与控制方法。

（7）掌握流通加工成本的构成、核算与控制方法。

3. 能力目标

（1）能根据实际情况对物流成本进行分类，并指出物流成本的构成。

（2）能够对不同类型企业的物流成本进行核算。

（3）能够对企业的物流成本进行评价。

（4）能够用合适的方法控制企业的物流成本。

（5）能够对运输成本进行计算、分析和控制。

（6）能够对仓储成本进行计算、分析和控制。

（7）能够对配送成本进行计算、分析和控制。

（8）能够对装卸搬运成本进行计算、分析和控制。

（9）能够对流通加工成本进行计算、分析和控制。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	物流成本管理认知	1．了解物流成本管理的意义与作用。 2．了解企业物流成本管理中存在的问题； 3．掌握物流成本的分类； 4．掌握物流成本的构成；	学生分析某企业物流成本的构成	1．能对物流成本进行分类 2．能描述不同类型企业的物流成本构成。
2	物流成本核算	1．熟悉物流成本核算的目的； 2．了解物流成本核算中存在的问题； 3．了解物流成本核算的传统方法； 4.掌握作业成本核算方法。	案例分析，学生分组讨论，教师点评	1.能用传统方法对物流成本进行核算； 2 能用作业成本法对物流成本进行核算。
3	物流成本评价	1．掌握物流成本评价的目的； 2.掌握物流成本评价的一般步骤； 3．掌握企业物流成本评价的基本方法。	学生做相关练习题目	能够运用各种方法对企业的物流成本进行评价 。
4	物流成本的控制	1．了解物流成本控制的基本理念； 2．掌握物流成本控制的基本途径与策略； 3．掌握物流成本控制的主要方法。	学生讲解案例，教师点评	1.能对物流成本进行预算； 2.能用主要的几种控制方法对物流成本进行控制。
5	运输成本管理	1.理解运输的概念和地位； 2．掌握运输成本的概念和	调查某一运输公司和一家其他类型企	1.能够对汽车运输成本进行计算、分析

		构成； 3．掌握汽车运输成本的计算、分析和控制方法； 4.掌握船舶运输成本的计算、分析和控制方法。	业，调查两个公司对运输价格的不同态度，总结影响运输价格的因素。	和控制； 2.能够对船舶运输成本进行计算、分析和控制。
6	仓储成本管理	1．了解仓储成本的内涵及构成； 2．掌握仓储成本计算的目的、范围和方法； 3.熟悉仓储成本控制的关键指标； 4.掌握仓储成本控制的基本手段。	案例分析，教师讲解	1．能对仓储成本进行计算； 2．能对仓储成本管理中的KPI指标进行计算； 3.能用ABC对仓储成本进行控制。
7	包装成本管理	1.掌握包装成本的控制方法； 2.熟悉包装材料、包装机械与包装技术及分类； 3.掌握包装成本的构成及计算。	案例分析，教师讲解	1.能够计算包装成本； 2.能够控制包装材料的收发； 3.能够对包装成本进行分析； 4.能够对包装成本进行控制。
8	配送成本管理	1.熟悉配送的基本环节； 2.掌握配送成本的构成； 3.掌握配送成本控制的基本程序； 4.掌握配送成本控制的方法。	案例分析，教师讲解	1.能够计算配送成本； 2.能够对配送成本进行分析； 3.能够对配送成本进行控制。
9	装卸搬运成本管理	1．掌握装卸搬运成本的概念和特点； 2.掌握装卸搬运成本的构成； 3.熟悉装卸搬运的作业形式； 4.掌握装卸搬运作业合理化应该采取的措施	案例分析，教师讲解	1.能够进行装卸搬运成本的计算； 2.能够对装卸搬运成本进行分析； 3．能够对装卸搬运成本进行控制。
10	流通加工成本管理	1.掌握流通加工的概念和生产型加工的区别； 2.掌握流通加工成本的构成； 3.熟悉流通加工的形式； 4.掌握流通加工合理化的途径。	案例分析，教师讲解	1.能够对流通加工的成本进行计算； 2.能够对流通加工的成本进行分析； 3．能够采取适当的措施使流通加工更加合理化。

四、课程考核（不违反成绩管理办法）

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践项目（30%）

其中：运输成本核算（20%），仓储成本核算（20%），配送成本核算（20%），包装成本核算（20%），装卸搬运成本核算（20%）。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 32 学时，教学学时分配建议如下表 2 所示。各专业根据专业实际情况，可以将学时做适当增减处理，但教学内容要涵盖以下模块。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	物流成本管理认知	1	1	2
2	物流成本核算	2	2	4
3	物流成本评价	2	1	3
4	物流成本的控制	1	2	3
5	运输成本管理	3	1	4
6	仓储成本管理	3	1	4
7	包装成本管理	3	1	4
8	配送成本管理	3	1	4
9	装卸搬运成本管理	1	1	2
10	流通加工成本管理	1	1	2
	学时总计	20	12	32

2、教学建议

（1）教师的基本要求

大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾

驭能力。

具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

具备系统的会计、财务管理的专业知识。

有丰富的物流企业或仓储企业工作经验。

具有良好的职业道德和责任心。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频、案例等教学手段，利用课堂派，开展信息化教学，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材（不违反教材管理办法）

屈建科、杨明，《物流成本管理》（最新版），高等教育出版社，十二五职业教育国家规划教材，国家级精品资源共享课配套教材。

（2）参考书

山茵茵，《物流成本管理任务驱动式教程》，人民邮电出版社，高等职业教育国家规划教材。

（3）参考网络资源

中国物流与采购联合会网站、物流沙龙网站、

物流时代周刊、物流指闻等公众号推送的信息。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：贾妍

4、初审（教研室主任或专业带头人）：成莹洁

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 7 月 20 日

7.《物流客户服务》课程标准

一、课程性质

《物流客户服务》是基于工作过程开发的课程，是物流管理专业必修的核心课程之一。它是一门理论联系实际、应用性很强的课程，以客户服务综合技能培养为主线，直接培养物流管理专业学生的客户服务素质。

本课程开设在现代物流基础、物流市场调查与开发、市场营销实务后，为后续毕业实习、毕业设计等奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程是为培养物流客服主管服务的，通过本课程学习，学生认识和掌握客户服务的基本理论和方法，具备及时了解客户需求并做出有效反馈的能力，具备客户投诉处理能力，服务客户回访及业务推广能力等。

（二）具体目标

1．素质目标

（1）具备良好的职业道德；

（2）学生能够自信、诚实守信、有责任心和上进心、抗压能力强；

（3）具有较强的集体意识和团队合作精神；

（4）具有良好的商务礼仪素养、商务沟通与人际交往能力。

2．知识目标

（1）认识物流客户服务；

（2）掌握物流客户服务的礼仪；

（3）掌握物流客户沟通的技巧；

（4）掌握物流客户细分的方法；

（5）掌握物流客户投诉处理的技巧。

（6）掌握不同类型客户服务工作的内容和技巧。

3．能力目标

（1）具有收集客户信息、开发客户的能力；

（2）具备和客户良好沟通的能力；

（3）具备解决客户投诉的能力；

（4）具备提高客户满意度的能力等。

（5）具有较好的学习新知识和新技能的能力；

（6）具有制订工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	认识物流客户服务	（1）企业历史、文化、业务介绍； （2）客户服务工作介绍； （3）客服对企业的价值；	学生对客户服务岗位的分析与理解。	掌握客户服务的基本知识，在实践活动中，能够分析客户服务岗位；能初步分析物流企业的客户服务工作内容。
2	物流客服礼仪	（1）物流客户服务礼仪知识； （2）物流客户沟通技巧。	案例分析、讨论：学生对不同的客户能使用不同的沟通技巧；	掌握相关客户服务礼仪；掌握物流客户沟通技巧。
3	物流客户投诉处理	（1）物流客户细分； （2）受理物流客户投诉； （3）处理物流客户投诉； （4）投诉处理后服务跟进；	案例分析、讨论：物流企业不同类型客户投诉的处理。	能对客户的投诉进行有效的分析并能解决实际问题。
4	不同类型客服岗位介绍	（1）在线客服； （2）国际客服； （3）主动客服。	案例分析、讨论：不同类型客服工作要求和内容	掌握不同类型客服工作的内容和技巧。
5	模拟物流客户服务工作操作	（1）物流客户服务工作模拟； （2）如何提高客户满意度； （3）如何成为一名优秀的客服人员。	实操：模拟客户服务工作。	掌握在客服工作中，如何提高客户满意度，如何成为一名优秀的客服人员。

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、职业道德等职业素养；通过案例分析讨论考核学生能把理论的学习融入到企业实践活动的研究和认识中，解决实际问题能力，语言表达能力等；通过考核物流客户服务的基本技能，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

（一）成绩构成：

课程考核由平时过程成绩、实践操作和期末考试三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）。

（三）考核方案：考核内容、标准与方式

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 30%。

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、实践操作（30%）：主要指案例分析、命题讨论和项目任务成果，包括：案例分析、命题讨论或任务完成（60％）、学习态度（20％）、陈述表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

3、期末考核占总成绩的 40%。

题型可以有单选题、多选题、判断题、计算、分析题等，方式可以采用网络答卷、笔试等，注重基础知识的掌握。

五、实施建议

（一）学时建议

本课程建议学时 32 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认识物流客户服务	4	0	4
2	物流客服礼仪	2	2	4

3	物流客户投诉处理	4	2	6
4	不同类型客服岗位介绍	8	2	10
5	模拟物流客户服务工作操作	2	6	8
	学时总计	20	12	32

（二）教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（三）教材及参考资料建议

1、教学资料选取原则

在教材的选择中，应该选择最新的国家规划教材，要选择贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以客户服务整个过程为主线，从认识物流客户服务、提升客户服务技巧、提升客户服务能力及其他客户服务工作，能够实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《物流客户服务》　石小平主编　人民交通出版社

《物流客户服务》　曾益坤 庞德义主编　中国人民大学出版社

3、推荐教学参考网站

中国物流与采购网 http://www.chinawuliu.com.cn

（四）、校外实践教学条件利用（或开发）建议

中国邮政长沙分公司等校企合作校内外实践教学基地，提供实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队、中国邮政长沙分公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：**成莹洁**

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 4 月 1 日

8.《运输管理实务》课程标准

一、课程性质

《运输管理实务》是高职院校物流管理专业的专业核心课程之一，具有较高的综合性，其功能主要是讲授货物运输管理的基本理论与技术，使学生掌握各种运输方式下的货物运输组织流程、作业环节和业务操作方法，为今后从事物流运输管理工作打下良好的基础。

本课程是一门货物运输基础知识和操作技能、理论知识和实践技能并重的综合性课程。

二、课程目标

（一）总体目标

运用培养学生实践能力和创新能力的现代教学理念，组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生掌握货物运输的基础知识和基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、合作、敬业等良好品质，以及提高学生综合运用专业知识技能的素质。使学生成为能够从事运输运营主管等运输基层管理及物流服务等工作的高素质技术技能人才。

（二）具体目标

1、素质目标

（1）具备强烈商业信誉观；

（2）具备良好的团队协作意识；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质；

（4）树立环保、安全意识，形成良好的职业道德行为。

2、知识目标

通过项目主线、任务引领的活动设计，使学生具备高素质劳动者和中初级专门人才所必需的运输管理的基本理论、基本方法、基本技术。熟悉各种运输方式的操作流程及业务组织。

3、能力目标

（1）能熟练描述出运输系统的构成要素，各种运输方式的技术经济特征。

（2）能按合理的运输组织流程，处理两种及以上运输方式的货运组织工作。

（3）熟悉运输费用的基本构成和计算方法，会核算公路运输成本，会计算各种货物运输费用。

（4）至少掌握两种及以上运输方式的主要运输单证的缮制方法，会填制这些单证。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	运输管理概论	1、运输的概念与功能； 2、运输与物流的关系； 3、运输系统的构成； 4、合理化运输的形式和影响因素； 5、货物运输企业。	1、课堂多媒体教学； 2、案例分析； 3、组织调查活动，提交一份关于运输问题的调查分析报告。	掌握运输系统的构成； 熟悉运输的概念与功能；了解运输与物流的关系及运输市场及其内在因素；能分析合理化运输的形式和影响因素。
2	公路货物运输	1、公路货运的基本条件； 2、公路整批货运的流程及相关运输单证； 3、公路零担货运的流程及相关运输单证； 4、特种货物运输的相关规定； 5、公路运输费用的计算。	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析； 3、计算机模拟整批、零担货物运输组织的过程； 4、核算公路运输成本。	熟悉公路货运的基本条件； 分析公路整车货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 分析公路零担货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证；了解特种货物运输的相关规定；会进行公路运输费用的计算。会核算公路长途干线运输成本。
3	水路货物运输	1、水路货运的基本条件； 2、水路进出口货物运输的组织； 3、特种货物运输的相关规定； 4、水路运输费用的计算。	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析； 3、计算机模拟单证的填写和流转； 4、观看海运视频。	掌握水路运输费用的计算； 熟悉水路货运的基本条件、主要单证的内容、水路进出口货物运输的流程，实践相关工作内容； 了解特种货物运输的相关规定。
4	铁路货物运输	1、铁路货物运输的基本条件； 2、铁路货物运输的流程； 3、铁路运输费用的计算方法。	1、课堂多媒体教学； 2、进行情景模拟训练； 3、企业参观。	熟悉铁路货物运输的基本条件、铁路货物运输的流程； 掌握铁路运输费用的计算方法，会进行运输费用的计算。

5	航空货物运输	1、航空货物运输的基本条件； 2、航空进出口货物运输流程； 3、航空运输费用的计算方法。	1、课堂多媒体教学； 2、情景模拟，设计一单航空货运的组织方案； 3、企业参观。	熟悉航空货物运输的基本条件、航空进口货物运输流程； 掌握航空出口货物运输流程、航空运输费用的计算方法。
6	多式联运管理	1、多式联运的组织运作程序； 2、多式联运各环节的主要工作内容； 3、多式联运责任的划分方法。	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析。 3、企业参观。 4、收集整理相关资料信息。	了解多式联运的组织运作程序、多式联运各环节的主要工作内容； 熟悉多式联运责任的划分方法； 提交一份关于多式联运的调查报告。

四、课程考核

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末闭卷两部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

1．考核方式

《运输管理实务》课程将理论考核和实践考核相结合，采用考试与考查相结合的考核方式。理论考核分为理论知识考核和课内实验考核两部分，理论知识考核部分由平时成绩与闭卷笔试成绩组成，分别采用考查与考试的方式，以笔试成绩为主；课内实践成绩以平时成绩的方式计入期末成绩；课程实训单独考核，采用考查方式。具体如下表：

<table>
<tr><th>序号</th><th colspan="4">名　　称</th><th>考核比例</th><th>考核方式</th></tr>
<tr><td rowspan="4">1</td><td rowspan="4">理论知识考核</td><td colspan="3">期末闭卷考试</td><td>70%</td><td>考试</td></tr>
<tr><td rowspan="3">平时成绩</td><td colspan="2">课堂表现、作业等</td><td>15%</td><td rowspan="3">考查</td></tr>
<tr><td rowspan="2">课内实践</td><td>实验操作过程</td><td>10%</td></tr>
<tr><td>实验操作效果</td><td>5%</td></tr>
<tr><td colspan="5">合　计</td><td>100%</td><td></td></tr>
</table>

2．考核标准

序号	教学单元	考核知识点及要求	考核比例
1	运输管理概论	1、熟悉运输的概念与功能；	5%

序号	教学单元	考核知识点及要求	考核比例
		2、了解运输与物流的关系； 3、掌握运输系统的构成，画出运输系统构成图； 4、分析合理化运输的形式和影响因素。	
2	公路货物运输	1、熟悉公路货运的基本条件； 2、分析公路整车货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 3、分析公路零担货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 4、了解特种货物运输的相关规定； 5、掌握公路运输费用的计算。	30%
3	铁路货物运输	1、熟悉铁路货物运输的基本条件； 2、分析铁路货物运输的流程； 3、掌握铁路运输费用的计算方法，练习运输费用的计算。	10%
4	水路货物运输	1、熟悉水路货运的基本条件； 2、分析水路进出口货物运输的流程，实践相关工作内容； 3、熟悉水路运输主要单证的内容，练习相关单证的缮制； 4、了解特种货物运输的相关规定； 5、掌握水路运输费用的计算。	25%
5	航空货物运输	1、熟悉航空货物运输的基本条件； 2、分析航空进口货物运输流程； 3、分析航空出口货物运输流程； 4、掌握航空运输费用的计算。	20%
6	多式联运管理	1、了解多式联运的组织运作程序； 2、了解多式联运各环节的主要工作内容； 3、了解多式联运责任的划分方法。	10%
			100%

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第二学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	运输管理概论	3	1	4
2	公路货物运输	8	6	14

3	水路货物运输	10	4	14
4	铁路货物运输	6	2	8
5	航空货物运输	8	4	12
6	多式联运管理	3	1	4
	学时总计	38	18	56

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《运输管理实务》，主编：李佑珍，高等教育出版社。

（2）参考书

《现代物流管理》，主编：杜丽茶，华东师范大学出版社。

（3）参考网络资源

http://www.icourses.cn/sCourse/course_6633.html

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

华软第三方物流管理系统可用于模拟运输活动实践操作，帮助学生了解运输活动过程。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：唐炜

4、初审（教研室主任或专业带头人）：成莹洁

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 4 月 1 日

连锁经营管理专业

1.《运输管理实务》课程标准

一、课程性质

《运输管理实务》是高职院校物流管理专业的专业核心课程之一，具有较高的综合性，其功能主要是讲授货物运输管理的基本理论与技术，使学生掌握各种运输方式下的货物运输组织流程、作业环节和业务操作方法，为今后从事物流运输管理工作打下良好的基础。

本课程是一门货物运输基础知识和操作技能、理论知识和实践技能并重的综合性课程。

二、课程目标

（一）总体目标

运用培养学生实践能力和创新能力的现代教学理念，组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生掌握货物运输的基础知识和基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、合作、敬业等良好品质，以及提高学生综合运用专业知识技能的素质。使学生成为能够从事运输运营主管等运输基层管理及物流服务等工作的高素质技术技能人才。

（二）具体目标

1、素质目标

（1）具备强烈商业信誉观；

（2）具备良好的团队协作意识；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质；

（4）树立环保、安全意识，形成良好的职业道德行为。

2、知识目标

通过项目主线、任务引领的活动设计，使学生具备高素质劳动者和中初级专门人才所必需的运输管理的基本理论、基本方法、基本技术。熟悉各种运输方式的操作流程及业务组织。

3、能力目标

（1）能熟练描述出运输系统的构成要素，各种运输方式的技术经济特征。

（2）能按合理的运输组织流程，处理两种及以上运输方式的货运组织工作。

（3）熟悉运输费用的基本构成和计算方法，会核算公路运输成本，会计算各种货物运输费用。

（4）至少掌握两种及以上运输方式的主要运输单证的缮制方法，会填制这些单证。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	运输管理概论	1、运输的概念与功能； 2、运输与物流的关系； 3、运输系统的构成； 4、合理化运输的形式和影响因素； 5、货物运输企业。	1、课堂多媒体教学； 2、案例分析； 3、组织调查活动，提交一份关于运输问题的调查分析报告。	掌握运输系统的构成； 熟悉运输的概念与功能；了解运输与物流的关系及运输市场及其内在因素；能分析合理化运输的形式和影响因素。
2	公路货物运输	1、公路货运的基本条件； 2、公路整批货运的流程及相关运输单证； 3、公路零担货运的流程及相关运输单证； 4、特种货物运输的相关规定； 5、公路运输费用的计算。	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析； 3、计算机模拟整批、零担货物运输组织的过程； 4、核算公路运输成本。	熟悉公路货运的基本条件； 分析公路整车货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 分析公路零担货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证；了解特种货物运输的相关规定；会进行公路运输费用的计算。会核算公路长途干线运输成本。
3	水路货物运输	1、水路货运的基本条件； 2、水路进出口货物运输的组织； 3、特种货物运输的相关规定； 4、水路运输费用的计算。	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析； 3、计算机模拟单证的填写和流转； 4、观看海运视频。	掌握水路运输费用的计算； 熟悉水路货运的基本条件、主要单证的内容、水路进出口货物运输的流程，实践相关工作内容； 了解特种货物运输的相关规定。
4	铁路货物运输	1、铁路货物运输的基本条件；	1、课堂多媒体教学；	熟悉铁路货物运输的基本条件、铁路货

		2、铁路货物运输的流程； 3、铁路运输费用的计算方法。	2、进行情景模拟训练； 3、企业参观。	物运输的流程； 掌握铁路运输费用的计算方法，会进行运输费用的计算。
5	航空货物运输	1、航空货物运输的基本条件； 2、航空进出口货物运输流程； 3、航空运输费用的计算方法。	1、课堂多媒体教学； 2、情景模拟，设计一单航空货运的组织方案； 3、企业参观。	熟悉航空货物运输的基本条件、航空进口货物运输流程； 掌握航空出口货物运输流程、航空运输费用的计算方法。
6	多式联运管理	1、多式联运的组织运作程序； 2、多式联运各环节的主要工作内容； 3、多式联运责任的划分方法。	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析。 3、企业参观。 4、收集整理相关资料信息。	了解多式联运的组织运作程序、多式联运各环节的主要工作内容； 熟悉多式联运责任的划分方法； 提交一份关于多式联运的调查报告。

四、课程考核

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末闭卷两部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

1．考核方式

《运输管理实务》课程将理论考核和实践考核相结合，采用考试与考查相结合的考核方式。理论考核分为理论知识考核和课内实验考核两部分，理论知识考核部分由平时成绩与闭卷笔试成绩组成，分别采用考查与考试的方式，以笔试成绩为主；课内实践成绩以平时成绩的方式计入期末成绩；课程实训单独考核，采用考查方式。具体如下表：

<table>
<tr><th>序号</th><th colspan="4">名　　称</th><th>考核比例</th><th>考核方式</th></tr>
<tr><td rowspan="4">1</td><td rowspan="4">理论知识考核</td><td colspan="3">期末闭卷考试</td><td>70%</td><td>考试</td></tr>
<tr><td rowspan="3">平时成绩</td><td colspan="2">课堂表现、作业等</td><td>15%</td><td rowspan="3">考查</td></tr>
<tr><td rowspan="2">课内实践</td><td>实验操作过程</td><td>10%</td></tr>
<tr><td>实验操作效果</td><td>5%</td></tr>
<tr><td colspan="5">合　　计</td><td>100%</td><td></td></tr>
</table>

2．考核标准

序号	教学单元	考核知识点及要求	考核比例
1	运输管理概论	1、熟悉运输的概念与功能； 2、了解运输与物流的关系； 3、掌握运输系统的构成，画出运输系统构成图； 4、分析合理化运输的形式和影响因素。	5%
2	公路货物运输	1、熟悉公路货运的基本条件； 2、分析公路整车货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 3、分析公路零担货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 4、了解特种货物运输的相关规定； 5、掌握公路运输费用的计算。	30%
3	铁路货物运输	1、熟悉铁路货物运输的基本条件； 2、分析铁路货物运输的流程； 3、掌握铁路运输费用的计算方法，练习运输费用的计算。	10%
4	水路货物运输	1、熟悉水路货运的基本条件； 2、分析水路进出口货物运输的流程，实践相关工作内容； 3、熟悉水路运输主要单证的内容，练习相关单证的缮制； 4、了解特种货物运输的相关规定； 5、掌握水路运输费用的计算。	25%
5	航空货物运输	1、熟悉航空货物运输的基本条件； 2、分析航空进口货物运输流程； 3、分析航空出口货物运输流程； 4、掌握航空运输费用的计算。	20%
6	多式联运管理	1、了解多式联运的组织运作程序； 2、了解多式联运各环节的主要工作内容； 3、了解多式联运责任的划分方法。	10%
			100%

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第二学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	运输管理概论	3	1	4

2	公路货物运输	8	6	14
3	水路货物运输	10	4	14
4	铁路货物运输	6	2	8
5	航空货物运输	8	4	12
6	多式联运管理	3	1	4
	学时总计	38	18	56

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《运输管理实务》，主编：李佑珍，高等教育出版社。

（2）参考书

《现代物流管理》，主编：杜丽茶，华东师范大学出版社。

（3）参考网络资源

http://www.icourses.cn/sCourse/course_6633.html

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

华软第三方物流管理系统可用于模拟运输活动实践操作，帮助学生了解运输活动过程。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：唐炜

4、初审（教研室主任或专业带头人）：成莹洁

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 4 月 1 日

2.《零售数据分析与应用》课程标准

一、课程性质

《零售数据分析与应用》是连锁经营管理专业的核心课，本课程设计以“切合区域数据人才需求、兼顾职业发展能力”为原则，以零售企业人才需求为出发点，以店长、店助、运营主管等典型工作岗位所应具备的核心技能——零售数据分析与应用为切入点，通过内容分析法抽取整理岗位发展各阶段的知识与技能要求,以项目教学为主要手段，直接对应技能抽查标准报表分析模块，保证课程目标的实现。

本课程具有很强的实践性，通过本课程的学习，培养学生的零售数据分析思维、销售预算制定与追踪能力、顾客数据分析能力、商品数据分析能力、网店数据分析能力、零售财务分析能力，同时使学生能够对数据分析结果进行生动化展示，为进一步学习数字化营销、顾客服务与体验等课程奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的学习，使学生比较全面系统地掌握零售数据分析的基本思路和常用分析方法；了解常用数据分析工具；掌握行业数据分析、顾客数据分析、商品数据分析、销售数据分析、网店推广数据分析以及员工绩效分析的内容、方法、工具与流程；理解零售数据分析报告的概念、类型、构成，能够根据企业要求撰写分析报告，培养具备数据分析与应用能力的新型人才，以顺应大数据时代的发展。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）通过零售数据分析，使学生具有风险意识；

（2）通过零售数据分析，使学生具有成本意识；

（3）通过零售数据分析，使学生具有创新意识；

（4）通过零售数据分析，使学生具有竞争意识。

2．知识目标

（1）掌握零售数据分析的基本思路和常用方法；

（2）掌握销售目标的制定与追踪方法；

（3）掌握顾客数据分析的方法与技巧；

（4）掌握商品数据分析的方法与技巧；

（5）掌握网店运营数据分析方法与技巧；

（6）掌握零售财务分析方法与技巧；

（7）零售数据处理与展示。

3．能力目标

（1）具备数据分析思维；

（2）具备根据数据进行销售预测，目标制定和目标分解的能力；

（3）具备顾客数据分析和会员数据分析能力；

（4）具备商品采购环节、商品销售环节和商品供应环节数据分析能力；

（5）具备网店运营数据分析、网店流量管理数据分析、网店客服绩效考核数据分析及应用能力；

（6）具备财务分析和风险控制能力；

（7）具备数据汇总、处理，展示能力。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	零售数据分析概述	（1）零售数据分析认知； （2）零售数据分析基本思路； （3）零售数据分析常用方法。	（1）认知学习，观看零售数据分析的相关视频； （2）举例说明。	（1）能根据实际问题选择不同的分析方法； （2）能根据具体问题理清数据分析基本思路。
2	销售目标制定与追踪	（1）销售预测； （2）目标制定； （3）目标分解； （4）销售追踪。	案例分析、讨论：通过某连锁企业零售数据的真实案例讲解如何进行销售预测，制定目标及后续追踪。	能对不同零售行业数据进行销售预测制定。
3	顾客数据分析	（1）购物者数据分析； （2）会员数据分析。	案例分析、讨论：对真实连锁企业的购物者和会员数据进行归纳统计并分析。	通过收集顾客数据对顾客进行画像。

4	商品数据分析	（1）商品采购环节数据分析； （2）商品销售环节数据分析； （3）商品供应环节数据分析。	案例分析、讨论及通过视频了解商品采购、商品销售、商品供应各环节数据的应用。	能运用多种渠道和工具获取商品相关数据，并根据数据进行商品特征分析。
5	网店运营数据分析	（1）网店运营数据分析认知； （2）数据在网店商品分析中的应用； （3）网店流量管理数据分析； （4）网店客服绩效考核数据分析； （5）网店订单管理数据分析； （6）网店客户管理数据分析。	（1）视频了解网店运营数据分析； （2）案例分析、讨论：数据分析对网店运营的重要性。	能对网店进行数据化的运营诊断和绩效分析。
6	零售财务分析	（1）战略利润模型认知； （2）利润方式分析； （3）资产周转方式分析； （4）现金流方式分析；	案例分析、讨论：以某连锁企业为例，了解零售财务分析。	（1）熟悉各种财务分析方式； （2）能撰写财务分析报表。
7	零售数据处理与展示	（1）数据汇总 （2）数据处理 （3）数据图表制作 （4）水晶易表认知	案例分析、讨论：了解零售数据处理与展示。	（1）能进行数据可视化展示。 （2）能制作数据图表。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩（50%）

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：顾客数据分析（20%），商品数据分析（20%），运营数据分析（30%），零售数据处理与展示（30%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩（50%）

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：零售数据分析与应用知识、原理、方法占 60%，零售数据案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第三学期开设，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	零售数据分析概述	2		2
2	销售目标制定与追踪	2	2	4
3	顾客数据分析	4	4	8
4	商品数据分析	4	4	8
5	网店运营数据分析	2	4	6
6	零售财务分析	2	2	4
7	零售数据处理与展示	4	4	8
	学时总计	20	20	40

2、教学建议

（1）师资要求

①具备零售数据分析相关专业知识和企业相关工作经验的双师型教学人才。

②具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

③有丰富的连锁企业工作经验，具有良好的职业道德和责任心。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《零售数据分析与应用》中国连锁经营协会，高等教育出版社，2015 年第 5 版。

（2）参考书

《新零售革命》童思南主编，中华工商联合出版社，2018 年 9 月；

《数据化管理》黄成明主编，电子工业出版社，2014 年 7 月。

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

联商网 http://www.linkshop.com.cn/

中国连锁经营协会：http://www.ccfa.org.cn/index.jsp

超商网：http://www.ccsm.com.cn/

六、说明

1、本课程标准由连锁专业教学团队、人人乐公司、新佳宜便利连锁等企业（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：胡冰冰

4、初审（教研室主任或专业带头人）：卢宇

5、二审（二级学院、教学部负责人）：谢虎军

6、审定：陈学忠

日期：2020 年 7 月 20 日

3.《连锁企业商品采购实务》课程标准

一、课程性质

本门课程是连锁专业开设的一门专业核心课程，是专业基本能力——连锁经营管理专业技能的重要组成部分。本课程能够进一步提升连锁企业门店运营过程中人、货、场的经营效益和管理水平；本课程部分内容对应技能抽查标准《门店商品管理》模块的《商品盘点和质量控制》考核项目与《报表分析》模块。

二、课程目标

（一）总体目标

通过工学结合、校企合作方式，使学生掌握采购管理的基本知识与能力，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识与环保、节能、安全意识。通过理论、实践相结合的教学方式，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有采购管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型连锁经营与管理专门人才，以适应市场对连锁经营与管理人才的需求。

（二）具体目标

1、素质目标

（1）具备强烈商业信誉观；

（2）具备良好的团队协作意识；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质；

（4）具备较强的沟通、写作能力；

（5）具备较强的经济意识、法律意识等；

（6）具备良好的职业操守。

2、知识目标

（1）理解采购的基本概念和内容；

（2）理解采购管理的基本概念和内容；

（3）理解采购基本流程；

（4）掌握采购申请步骤与方法；

（5）掌握供应商的选择和管理方法；

（6）理解招标采购流程，掌握招标采购方法；

（7）掌握采购谈判技巧，学会采购谈判的组织与管理；

（8）掌握电子商务采购的步骤与方法；

（9）理解采购价格管理，掌握采购成本分析；

（10）掌握采购合同订立、采购合同履行采购风险；

（11）掌握采购绩效评估、采购绩效评估改进。

3、能力目标

（1）具备较好的采购需求预测能力；

（2）具备开发、选择供应商的能力；

（3）具备制作招标书、实施电子商务采购的能力；

（4）具备较好的采购谈判能力；

（5）具备签订合同、较合理的控制采购风险和采购成本的能力。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	采购管理概述	（1）采购概念与分类； （2）采购管理（概念、目标、职能、内容）； （3）采购管理与库存控制。	认知实习：组织学生到商贸流通企业参观学习，感悟、认知采购管理。	（1）掌握采购的概念；采购的类型、一般采购过程； （2）了解采购合同所包含的基本内容； （3）掌握采购和采购管理的区别； （4）认识采购管理的职能和目标； （5）掌握库存控制在采购管理中的地位和作用。
2	采购申请与需求分析	（1）采购申请； （2）采购需求分析； （3）ABC 分析法。	根据企业所需，填写采购申请单	（1）要求掌握采购申请的方法和物料需求计划、物资消耗定额和采购需求预测的分析方法； （2）掌握 ABC 分析方法的原理； （3）掌握 ABC 分析法在采购管理当中的应用。
3	供应商选择与管理	（1）供应商管理概述； （2）供应商调查； （3）供应商开发； （4）供应商考核； （5）供应商选择；	分组调查：供应商调查与选择。	知识： （1）了解供应商管理的含义，目的和基本环节； （2）掌供应商的使

		（6）供应商的使用、激励与控制。		用、激励与控制商开发的步骤； （3）了解供应商考核的指标体系； （4）掌握供应商选择方法，能够对供应商的使用、激励和控制有较深的理解。 技能： （1）能够准确详填写供应商的详细资料； （2）学会使用网络搜索查阅资料，能在有效时间内查到有效资料； （3）能够描述供应商选择的方法。
4	招标采购管理	（1）招标采购管理概述； （2）招标文件； （3）投标文件； （4）评价体系； （5）《招标投标法》简介。	分小组进行撰写采购投标书	知识： （1）掌握招标采购方法和程序； （2）了解招标文件和投标文件的内容； （3）了解评标体系； （4）理解招标采购评标考核体系中权重的确定； （5）了解招标的相关法律知识。 技能： 能够独立搜集相关资料，并能独立撰写招标书，在答辩时能说出关键所在。
	采购谈判	（1）采购谈判概述； （2）采购谈判程序； （3）采购谈判的组织实施； （4）采购谈判的策略； （5）采购谈判的技巧。	全班分小组进行模拟采购谈判	知识： （1）了解采购谈判的内容及其特点； （2）掌握采购谈判的程序； （3）掌握如何组织实施采购谈判基本

				掌握采购谈判的策略和技巧。 技能： （1）编写采购谈判材料； （2）运用各种谈判策略与技巧，能够说出采购谈判的够流利地与对方讨价还价。
6	电子商务采购	（1）电子商务采购概述； （2）电子商务采购。		知识： （1）电子商务的概念、种类和特点； （2）电子商务的功能及其应用系统的构成； （3）在企业采购活动中如何有效实施电子商务，节约采购成本； （4）实际工作中电子商务采购的功能实现与运作模式。 技能： 能够一次性顺利地进行网上购书(物)，并能说出电子商务中的关键之处，能够分析区别电子商务与物流的关系。
7	采购成本管理	（1）采购价格管理； （2）采购成本分析。	分组对超市商品价格调研，适当采购策略提出	理解采购成本构成正确应用降低成本方法
8	采购合同管理	（1）采购合同订立； （2）采购合同履行。	模拟拟定采购合同	（1）掌握采购合同的内容 （2）能够签署采购合同
9	采购绩效管理	（1）采购风险； （2）采购绩效评估； （3）采购绩效评估改进。		（1）掌握规避采购风险的方法 （2）树立采购风险意识

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩（50%）

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：感受体会（10%），供应商调查（10%），拟制采购申请单（20%），模拟谈判（10%），采购投标书（20%）。价格调研（10%），采购合同（10%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩（50%）

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：采购知识、原理、方法占 60%，案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	采购管理概述	4	2	6
2	采购申请与需求分析	6	2	8
3	供应商选择与管理	4	2	6
4	招标采购管理	2	2	4
5	采购谈判	2	2	4
6	电子商务采购	2	2	4
7	采购成本管理	4	4	8
8	采购合同管理	2	2	4
9	采购绩效管理	4	0	4
	学时总计	30	18	48

2、教学建议

（1）师资要求

①具备商品采购相关专业知识和企业相关工作经验的双师型教学人才。

②具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

③具备连锁经营管理与数据分析的专业知识与能力。

④有丰富的连锁企业工作经验，具有良好的职业道德和责任心。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，采用以商品采购为主线，将供应商管理、采购招标及成本、绩效管理各模块有机贯穿起来，实现“教、学、做”合一的高职高专规划教材。

《连锁企业采购管理》楼永俊，中国人民大学出版社，2018 年第 2 版

（2）参考书

《采购管理实务》乔骏，北京出版社，2014 年 5 月。

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

建议利用人人乐、新佳宜等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由连锁专业教学团队、人人乐公司（兼职教师参与）合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：胡冰冰

4、初审（教研室主任或专业带头人）：卢宇

5、二审（二级学院、教学部负责人）：谢虎军

6、审定：陈学忠

日期：　　2020.7.20

4.《连锁企业门店营运与管理实务》课程标准

一、课程性质

本课程是连锁经营管理专业开设的一门专业核心课程，是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论之上的应用科学，其研究对象是以满足消费者需求为中心的连锁门店营运与管理活动过程及其规律性。通过该课程的学习，使学生熟悉连锁企业门店各岗位的作业规范和岗位技能、素质要求，培养学生人、货、场的管理能力。该课程主要对应技能抽查标准《门店商品管理》模块和《团队管理》模块，让学生在学习后能较快适应连锁企业门店经营管理工作的内容和流程，提高自身的管理素质，培养和提高学生的理论素质和实践技能。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的学习能较快适应连锁企业门店经营管理工作的内容和流程，提高学生的管理素质和管理能力，并通过该门课程的实训环节，提高学生门店运营与管理的实操能力，为培养店长、部门主管打下坚实的专业基础。

（二）具体目标

1．素质目标

（1）培养顾客服务意识、形象意识；

（2）培养成本意识、创新意识、团队意识；

（3）培养沟通能力、应变能力和抗压能力。

2．知识目标

（1）系统地掌握从事连锁企业门店营运与管理的基本理论和方法；

（2）了解和掌握连锁企业门店营运管理的各个岗位职责、营运流程、作业标准等知识；

（3）掌握卖场布局和商品陈列的基本原理和方法；

（4）掌握门店员工管理的内容和方法；

（5）掌握顾客开发、维护、投诉处理的程序和方法；

（6）掌握门店商品结构确定和商品组合、商品选择的原理和方法 ；

（7）掌握商品的进货、存货业务管理流程和内容；

（8）掌握门店销售管理的技术和方法；

（9）掌握门店销售绩效提升策略；

（10）了解门店损耗产生的原因，损耗控制的办法。

3．能力目标

（1）能绘制商品陈列图并根据陈列图进行商品陈列；

（2）能制作员工排班表；

（3）能主持门店或部门例会；

（4）能准确填写门店商品订货单、收货单、入库单、出库单、调拨单；
（5）能进行商品盘点、填写盘点表和做盘点分析；
（6）能建立顾客档案、对顾客进行会员制管理；
（7）能做好顾客投诉原因分析和妥善处理；
（8）能根据商圈内顾客需求确定门店商品结构、商品组合和选择商品；
（9）能科学确定门店商品的价格带；
（10）能制作门店销售、损益等报表并作科学分析；
（11）能分析门店损耗产生的原因、采取控制损耗的措施；
（12）重点具备店长或部门主管这一岗位的门店营运与管理技能，包括人、货、场的管理。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	连锁门店营运与管理概述	（1）连锁门店的类型、特点和功能； （2）连锁门店营运管理的目标、作用和内容； （3）连锁门店营运管理标准制定和标准化。	认知实习：组织学生到连锁企业参观学习，感悟、认知门店营运。	掌握门店营运基础知识，在后续学习中进一步理解营运的目标、标准和控制管理。
2	连锁门店的组织结构、人员配置和经营绩效管理	（1）连锁门店的组织结构及责权划分； （2）连锁门店的岗位设置与人员配置； （3）连锁门店的经营绩效管理。	案例分析、讨论及去门店实地调查，了解门店员工配置的方法和岗位的设置与要求；并对绩效指标进行分析。	掌握门店员工配置的计算方法、岗位设置和岗位要求；掌握门店经营绩效的评估指标。
3	连锁门店店长的作业化管理	（1）店长的资质要求和岗位职责； （2）店长作业流程和管理重点。	案例分析、讨论店长对门店的重要性，并学会进行店长职业生涯设计。	能够具备员工管理的基本素养和技能； 能够根据班组人员数量、特征和休假要求等因素制作排班表；能够具备主持召开例会的能力。
4	连锁门店卖场的布	（1）卖场布局的原则和作用；	案例分析、讨论和去门店实地考察，	掌握顾客动线设计、货位面积分配和布局方

	局和管理	（2）卖场外部布局； （3）卖场内部布局	了解门店布局的基本原理、原则和方法。	法。
5	连锁门店商品陈列管理	（1）卖场内的商品配置； （2）一般商品陈列的原则和方法； （3）生鲜品陈列技巧。	视频分析、讨论和实地考察门店，了解不同业态的商品陈列特点，写考察报告。	掌握陈列的原则、方法和技巧，能够根据门店的货位设计和商品配置表陈列商品。
6	连锁门店理货作业管理	（1）理货员的基本素质和岗位职责； （2）理货员的作业规范和作业要领； （3）理货员应具备商品和设备保养知识。	视频分析、讨论和实地考察：熟悉理货员的作业规范和作业要领。	明确理货员的基本素质和岗位职责要求，掌握理货员的作业规范和作业要领。
7	连锁门店进存货和盘点管理	（1）连锁门店进货作业管理； （2）连锁门店存货作业管理； （3）连锁门店盘点作业管理。	案例分析和实践训练，填写订货单、收货单、退货单、调拨单、盘点表等。	掌握门店商品的进存货业务流程，会填写业务流程中的各种单据。
8	连锁门店收银作业管理	（1）收银员工作职责和礼仪服务规范； （2）收银员作业纪律和作业流程； （3）POS 收银机及收银作业重点管理。	视频分析、讨论和实地考察：了解收银员的工作职责、作业纪律和收银作业流程。	掌握 POS 收银机的操作规程及收银重点作业环节的工作内容及要点。
9	连锁门店销售作业管理	（1）顾客购买的心理过程和行为过程； （2）销售人员接待顾客流程和服务规范； （3）服务台作业管理。	案例分析、讨论：分析顾客心理，了解销售人员的服务规范和接待顾客流程。	掌握门店销售管理的基本内容，理解营销 4P 在连锁企业当中的运用，具备提高门店销售管理的能力。
10	连锁门店	（1）连锁门店的促销作	案例分析、讨论：	掌握 POP 广告促销，能

	促销活动和门店专柜管理	用和方式； （2）POP 广告促销； （3）连锁门店促销方案设计及实施； （4）连锁门店专柜管理。	了解连锁企业门店促销方式。	进行连锁门店促销方案的设计与实施。
11	连锁门店顾客投诉和顾客关系管理	（1）顾客投诉意见的主要类型及处理方式； （2）顾客投诉意见的处理程序； （3）建立顾客关系管理制度。	案例分析和实践训练：撰写顾客投诉方案。	树立正确的顾客服务意识；掌握开发和维护顾客的技巧、顾客投诉处理的程序和方法、能将顾客管理的相关理论运用到实践当中去。
12	连锁门店防损和安全管理	（1）连锁门店损耗产生及控制； （2）连锁门店安全管理。	案例分析和讨论，了解损耗产生的原因和控制的办法。	树立防损意识，理解控制损耗就是增加利润，能够通过数据分析发现门店商品损耗，并分析损耗原因，进而改进门店营运管理水平。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 40%；期末考核成绩占 60%。

1、平时过程成绩（40%）

（1）课堂表现（10%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：门店布局与陈列考察报告（20%），排班表（20%），会议主持（20%），顾客投诉处理方案（20%），数据分析报告（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩（60%）

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：门店营运知识、原理、方法占 60%，门店营运案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务项目	理论学时	实践学时	合计
1	连锁门店营运与管理概述	2		2
2	连锁门店的组织结构、人员配置和经营绩效管理	4	2	6
3	连锁门店店长的作业化管理	2	2	4
4	连锁门店卖场的布局与管理	2	2	4
5	连锁门店商品陈列管理	4	2	6
6	连锁门店理货作业管理	4	2	6
7	连锁门店进存货和盘点管理	4	2	6
8	连锁门店收银作业管理	2	2	4
9	连锁门店销售作业管理	4	2	6
10	连锁门店促销活动和门店专柜管理	2	2	4
11	连锁门店顾客投诉和顾客关系管理	4	2	6
12	连锁门店防损和安全管理	2		2
学时总计		36	20	56

2、教学建议

（1）师资要求：具备门店营运管理相关专业知识、具有门店营运管理工作经验或有企业挂职锻炼经验的双师型教学人才。

（2）教学方法多样化：采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化：利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化：将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教

学落到实处，以供应链管理流程为主线，将供应链管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。连锁企业门店营运与管理实务是一门专业核心课程，适合高职使用的教材比较多。选用由王亿南、杨高英主编的《连锁门店运营管理》作为教材，比较好地解决了教材问题。

首先，该教材编写水平高，是全国高职高专教育精品规划教材。教材内容以理论知识和技能实训相融合为切入点，以认知和能力训练为核心，以构建知识体系和能力训练体系为主线，以体现时代性、立体性和动态性为要求、达到以学生为主体、有所创新、有所特色、适应高职教学的开发目标。力求符合高等职业教育的特点和要求，明确知识教学体系和能力教学训练体系。重构基础、反映前沿、突出重点，全教材具有可读性、趣味性、实践性、层次性。

其次，教材强化了案例教学和实训环节，突出以学生为本、能力为先的观念，通过大量的能力训练，使学生实践和接触专业的机会提高，大大增强了动手能力和分析问题解决问题的能力，符合当今高职教育的要求和发展趋势。

（2）参考书

蒋小龙：《连锁企业门店营运与管理》，北京，科学出版社，2016 年出版

郑昕：《连锁门店运营管理》，北京，机械工业出版社，2019 年出版

李志波：《连锁企业门店运营与管理(21 世纪高职高专规划教材)/市场营销系列》，北京，北京交通大学出版社，2018 年版

陆影《连锁门店营运与管理实务(高职高专创新)》，东北财经大学出版社，2017 年版

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/；

联商网 http://www.linkshop.com.cn/；

中国连锁经营协会：http://www.ccfa.org.cn/index.jsp；

超商网：http://www.ccsm.com.cn/。

（4）微信公众号

超市 168；第三只眼看零售；生鲜传奇；胖东来；门店营运培训。

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

连锁企业门店营运沙盘可用于模拟连锁企业门店经营活动实践操作，帮助学生了解门店营运活动过程。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

人人乐连锁商业集团股份有限公司、步步高集团、湖南新佳宜等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

五、说明

1、本课程标准由连锁经营管理专业教学团队、人人乐连锁商业集团股份有限公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：唐洪

4、初审（教研室主任或专业带头人）： 卢宇

5、二审（二级学院、教学部负责人）：谢虎军

6、审定：陈学忠

制订日期：2020.7.20

5.《连锁企业品类管理实务》课程标准

一、课程性质

《连锁企业品类管理实务》是连锁经营管理专业的一门核心课程，是一门应用性、综合性非常强的课程。本课程主要以“专业要求和岗位技能相对接、课程内容与职业标准相对接”为核心开展教学，直接对应本专业行业认可度较高的资格证——CCFA 注册品类管理师（助理级）考证知识与能力要求，在内容设计上以连锁企业实施品类管理的八大步骤为主线，结合高职教学改革的基本要求，深入连锁企业卖场真实场景，科学设计五大模块的学习内容，重点培养学生品类定义的能力、品类角色定位能力、品类评估能力、制定品类目标和选择品类策略的能力，同时能够熟练掌握品类管理的五大战术，从而促进品类管理在连锁企业内部的具体实施。

二、课程目标

（一）总体目标

《连锁企业品类管理实务》主要讲授连锁企业品类管理所必需的品类定义、品类角色、品类评估、品类策略、品类战术等基本知识，培养掌握品类管理基本技能的初级管理人员，为学生获得本行业认可度较高的专业资格证技能证书——CCFA 注册品类管理师（助理级）提供保障；使学生了解和掌握连锁品类管理的应用技能，培养连锁经营管理专业学生在连锁企业品类管理过程中面临各种问题时理论联系实际、分析、解决问题的能力和自主创业能力，树立品类管理成本与效益意识、创新与优化意识，为今后从事零售业较高层次管理工作奠定可持续发展的基础。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）具有高素质连锁企业服务人员和管理人员的文化修养与职业素质、良好的职业道德和社会责任心；

（2）具有良好的零供（零售商与供应商）合作意识；

（3）在品类管理过程中，具有强烈的成本与效益意识，品类管理创新与优化意识；

（4）具有不断进取、勇于创新的职业精神。

2.知识目标

（1）了解品类管理产生的历史背景；

（2）掌握品类管理的概念与流程；

（3）理解品类管理对零售业的意义；

（4）熟悉品类管理师的工作内容及要求；

（5）理解品类定义的概念及其影响因素；

（6）熟悉品类定义、商品结构之间的关系；

（7）熟悉单品数量确定的影响因素；

（8）熟悉商品价格带定位方法、商品的规格型号定位方法以及商品的品牌倾向及组合方法；

（9）理解品类角色的概念、品类角色定位的意义，掌握品类角色定位的方法；

（10）熟悉商品销售、商品利润、商品库存、品类发展趋势、市场和竞争对手以及供应商方面的评估指标；

（12）掌握品类目标制定及分解的相关知识，熟悉品类角色及品类评估对品类目标的影响；

（13）掌握品类策略的概念，熟悉常见的品类策略以及品类策略与品类角色、品类评分表、门店策略的关系；

（14）熟悉零售 4P 常见的变化手法，并掌握常见策略向战术转化的分析思路；

（15）熟悉常见的商品结构的分析方法以及商品淘汰及引进的标准；

（16）了解商品空间管理的定义，熟悉常见的门店布局方式，掌握商品陈列的原则和方法以及门店布局管理操作步骤；

（17）熟悉常见的价格策略、定价方法以及影响价格的主要因素，了解价格形象打造的思路；

（18）了解促销的目的和意义，熟悉常见的促销方式及其影响因素，掌握商品促销的流程；

（19）了解供应链、供应链管理的概念，熟悉需求预测的基本知识和步骤以及合理补货的影响因素和步骤；

（20）熟悉品类管理回顾的概念，了解品类管理回顾的目的以及品类管理回顾的分类。

3.能力目标

（1）能够正确掌握品类的品类定义，包括撰写品类描述、建立品类结构图；

（2）能够对分管品类的角色界定提出建议，并运用定量和定性方法进行分析；

（3）能够对分管品类的评估指标筛选，建立简单的评估指标相互关联关系、计算口径、

评估方法，确定周期目标，进行定期评估，提出评估优化方向；

（4）能够进行分管品类的现状分析，寻找与目标的差距，提出改善差距的策略；

（5）能够进行分管品类的战术制定，优化商品组合；

（6）能够进行空间效率分析，对商场品类的空间布局规划提出优化建议；

（7）能够对所分管品类提出价格优化建议；

（8）能够提出品类促销策略，制定简单的促销方案，分析执行结果；

（9）能够进行简单的补货计算，并对补货策略提出改进建议；

（10）能够进行分管品类管理计划的实施与周期性评估，提出优化建议；能够参加企业内部定期的评估会议，提出报告；

（11）能够定期对分管品类市场进行信息收集、分析、整理；有机会参与品类舰长、供应商定期品类回顾会议。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	课程导入：品类管理认知	（1）品类管理的历程； （2）品类管理的概念； （3）品类管理对零售业的意义； （4）注册品类管理师工作内容。	（1）通过相关案例引导，让学生了解品类管理的历史； （2）通过理论讲授，使学生掌握品类管理的概念与流程，理解品类管理对零售业的意义，并熟悉品类管理师的工作内容及要求； （3）通过讨论：理解品类管理商店与品类管理商店的区别。	（1）树立品类管理意识； （2）关注品类管理发展。
2	模块一：品类定义与品类角色	（1）商品组织结构表的制定； （2）商品组合的单品配置； （3）品类角色定位。	（1）通过任务导入，使学生理解品类定义的概念及其影响因素； （2）通过理论讲授与案例分析，使学生理解品类定义的影响因素，熟悉品类定义、商品结构之间的关系，并掌握从客层定位到需求结构的分析方法；.熟悉单品数量确定的影响因素、商品价格带定位方法、商品的规格型号定位方法以及商品的品牌倾向及组合方法； （3）通过理论讲授，使学生理解品类角色的概念；并熟悉品类角色定位的意义，掌握品类角色定位的方法。	（1）能够进行商品组织结构表的制定与商品的多级分类编码； （2）能够对某门店的小分类单品进行配置； （3）能够进行品类角色定位分析。

3	模块二：品类评估与品类评分表	（1）品类评估； （2)品类目标制定；	（1）通过任务导入，使学生了解品类评估的含义； （2）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉商品销售方面的评估指标； （3）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉商品利润方面的评估指标； （4）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉商品库存方面的评估指标； （5）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉品类发展趋势的评估指标； （6）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉市场和竞争对手的评估指标； （7）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉供应商的评估指标； （8）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉常见的品类评分指标，掌握品类目标制定及分解的相关知识；熟悉品类角色及品类评估对品类目标的影响。 （9)通过案例分析与实践训练掌握品类目标的制定。	（1)能够进行零售商总体表现评估； （2)能够进行零售商可比门店表现评估； （3)能够进行粗线条的零售商单店表现评估； （4)能够进行简单的品类发展趋势评估； （5)能够进行简单的市场和竞争对手表现评估； （6)能够进行简单的供应商表现评估； （7)能够罗列出比较详细的品类评分指标体系； （8)能够根据品类角色及品类评估选择合适的品类指标； （9)能够为常见的品类指标制定比较详细量化的目标。
4	模块三：品类策略	（1）品类策略的确定； （2）策略向战术的转化。	（1)通过任务导入使学生掌握品类策略的概念； （2)通过理论讲授与具体案例使学生熟悉常见的品类策略； （3）通过理论讲授、讨论分析与实践操作，使学生熟悉品类策略与品类角色、品类评分表、门店策略的关系。	（1)能够根据品类角色与目标选择合适的品类策略； （2)能够为次品类进一步分解合适的品类策略； （3）能够合理处理商店、品类、次品类不同层次策略之间的关系； （4)能够根据品类角色和目标需选择合适的品类策略。

5	模块四：品类战术制定	（1）高效的商品组合； （2）高效的空间管理； （3）高效的商品定价； （4）高效的商品促销； （5）高效的供应链管理。	（1）通过任务导入,使学生熟悉高效的商品组合、高效的空间管理、高效的商品定价、高效的商品促销以及高效的供应链管理的含义； （2）通过理论讲授与具体案例分析，使学生熟悉商品结构的象限分析法、熟悉商品结构的 80/20 分析法、商品结构的 ABC 分析法以及商品淘汰及引进的标准； （3）了解商品空间管理的定义，熟悉常见的门店布局方式，掌握商品陈列的原则和方法以及门店布局管理操作步骤； （4）熟悉常见的价格策略、定价方法以及影响价格的主要因素，了解价格形象打造的思路； （5）了解促销的目的和意义，熟悉常见的促销方式及其影响因素，掌握商品促销的流程； （5）了解供应链、供应链管理的概念，熟悉需求预测的基本知识和步骤以及合理补货的影响因素和步骤； （6）通过视频分析高效的商品促销。	（1）能够进行分管品类的战术制定，优化商品组合； （2）能够进行空间效率分析，对商场品类的空间布局规划提出优化建议； （3）能够对所分管品类提出价格优化建议； （4）能够提出品类促销策略，制定简单的促销方案，分析执行结果； （5）能够进行简单的补货计算，并对补货策略提出改进建议。
6	模块五：品类管理实施与回顾	（1）品类管理实施； （2）品类管理回顾；	（1）通过复习回顾品类管理的流程； （2）通过任务导入，使学生熟悉品类管理实施的一般步骤，品类管理实施的潜在障碍，并熟悉多业态下的品类管理； （3）通过案例引入品类管理回顾的概念、目的，并了解品类管理回顾的分类； （4）通过讨论：分析开展品类管理的 9 个误区。	（1）能够制定企业实施品类管理的基本步骤； （2）能够预估企业实施品类管理面临的问题并提出应对思路； （3）能够对战略层面的品类管理提出建议； （4）能够对战术层面的品类管理提出建议。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时过程成绩占 50%；期末理论考核成绩占 50%。

1. 平时过程成绩（50%）

（1）平时课堂表现（占总成绩的 20%）

出勤率（30%）＋课堂纪律（30%）＋课堂发言（40%）

（2）实践操作 30％

实践操作具体内容包括商品组织结构表的制定 10%、商品组合的单品配置 10%、品类角色定位 20%、品类目标制定 20%、品类策略 10%、品类战术的制定 30%。

每一项内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成、学习态度、总结表达、团队合作，

采取学生互评（30%）及老师评价方式（70%）相结合。

2．期末考试成绩（50%）

采用理论考核方法，期末考查，时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为开卷笔试。主要题型为：

选择题（单选+多选）＋判断题＋简答题+案例分析

五、实施建议

1．学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第三学期开设，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
一、课程导入：品类管理认知		**4**		**4**
二、模块一　品类定义与品类角色		**9**	**5**	**14**
1	商品组织结构表的制定	3	3	6
2	商品组合的单品配置	3	1	4
3	品类角色定位	3	1	4
三、模块二　品类评估与品类评分表		**5**	**3**	**8**
1	品类评估	3	1	4
2	品类评分表（品类目标制定）	2	2	4
四、模块三　品类策略		**4**	**4**	**8**
1	品类策略确定	2	2	4
2	策略向战术转化	2	2	4
五、模块四　品类战术		**12**	**8**	**20**
1	高效的商品组合	2	2	4
2	高效的空间管理	3	1	4
3	高效的商品定价	2	2	4
4	高效的商品促销	2	2	4
5	高效的供应链管理	3	1	4
六、模块五　品类管理实施与回顾		**2**		**2**
合计		**36**	**20**	**56**

2. 教学建议

（1）教师的基本要求

①大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

②具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

③具备连锁经营管理与数据分析的专业知识与能力。

④有丰富的连锁企业挂职锻炼或工作经验，具有良好的职业道德和责任心。

⑤课程负责人具有注册品类管理师（一级）资格证，能对本课程的标准、内容、结构、教学方法、团队建设起到把关或带头作用；将任务驱动式教学法引入课堂，实践教学中鼓励学生自行设计项目和实际带团；继续探索引进、专业实践、培养、聘用、参加技能比武的实践能力。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按项目，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（5）专业课程体系有机融合。将本门课程的相关知识点与《零售数据分析》、《连锁企业门店运营管理实务》、《门店开发与设计》的实训进行有机融合，指导实践教学与技能抽查。

3. 教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，采用以品类管理流程为主线，将品类管理各模块有机贯穿起来，实现“教、学、做”合一的高职高专规划教材。

推荐使用教材：

李卫华.郭玉金 连锁企业品类管理（第三版）.高等教育出版社.2018 年 8 月第 3 版

（2）参考书

黄权藩.品类管理—教你如何进行商品梳理.品类管理—教你如何进行有效促销.

程莉、郑越.品类管理实战

（3）参考网络资源

智慧职教 www.icve.com.cn

联商网 www.linkshop.com.cn

超商网 www.ccsm.com.cn

中华零售网 www.i18.cn

零售网 www.leadshop.com.cn

其他相关书籍网络资源。

六、说明

1、本课程标准由连锁专业教学团队、人人乐公司、新佳宜便利连锁等企业（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）:任 修 霞

4、初审（教研室主任或专业带头人）：卢宇

5、二审（二级学院、教学部负责人）：谢虎军

6、审定：陈学忠

日期：2020.7.20

6.《推销与谈判》课程标准

一、课程性质

《推销与谈判》是高职院校市场营销专业的一门专业核心课程。

本课程是构成专业基本能力——销售人员从业技能的重要组成部分，本课程是在学习《市场营销学》和《市场调研与预测》之后开设的市场营销专业核心课程，为后续《销售管理》、《客户服务与管理》等课程奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生运用推销与谈判的原理和技巧，向顾客进行推销准备、寻找顾客、约见、接近、洽谈、成交和谈判签约的全过程。通过本课程学习，使学生不但能熟悉推销与谈判的基本理论和基本方法，更应熟练掌握基本技能，使学生具备从事推销与谈判等业务工作的能力，同时还注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养。

（二）具体目标

1、素质目标

（1）培养学生的学习能力、工作能力、创新思维能力。

（2）培养学生严谨、敬业的职业态度。

2、知识目标

（1）正确认识推销观念。

（2）掌握推销模式与推销方格理论。

（3）掌握谈判的特征，掌握谈判的计划制定和团队管理，掌握谈判的原则。

（4）掌握寻找、约见与接近顾客的方法。

（5）掌握谈判的过程中的各种策略的运用。

（6）掌握推销成交信号的识别和成交方法的运用。

（7）掌握签订合同的技巧。

3、能力目标

（1）成功地推销自我。

（2）能运用推销理论与技巧，成功地向顾客推销出商品。

（3）能运用谈判理论与技巧，成功地达成谈判目标。

（4）以培养“合格优秀的推销员”为主要目标。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	树立正确的推销观念	⑤ 树立正确的推销观念； ⑥ 在推销商品之前推销自我； ⑦ 推销员的素质和能力。	案例分析、情景模拟：认识正确的推销观念，掌握推销自我的技巧，了解推销员应该具备的素质与能力。	认识正确的推销观念，掌握推销自我的技巧，了解推销员应该具备的素质与能力。
2	推销模式与推销方格	①推销的概念，新世纪的推销观念； ②推销的埃达模式、迪伯达模式、埃德帕模式和费比模式； ③推销方格理论	案例分析、模拟推销实训：各种推销模式的适用范围及技巧；运用推销方法理论进行推销。	能掌握四种推销模式的灵活运用，灵活运用推销方格理论。
3	谈判的概念与原则	⑤ 谈判概述（谈判与商务谈判、特征、内容）； ⑥ 谈判计划与管理（推销谈判信息收集、队伍组成、谈判目标与计划确定）； ⑦ 商务谈判的原则	案例分析:掌握谈判的概念、特征和内容；掌握谈判队伍组成、谈判目标与计划确定；掌握谈判的方式和原则。	领会谈判的实质； 学会制定谈判计划； 明白谈判的方式和原则。
4	寻找与接近顾客	⑥ 寻找顾客的原则与方法； ⑦ 顾客资格审定、资料准备； ⑧ 约见顾客（内容、方法与操作）； ⑨ 接近顾客的目的与方法。	案例分析、情景模拟：掌握寻找顾客的原则方法；掌握顾客资格审查的方法和推销准备的内容；掌握约见顾客的方法；掌握接近顾客的原则和方法。	学会寻找顾客的各种方法；做好推销准备工作；学会各种约见顾客的方法；学会接近顾客。
5	谈判过程与策略	⑥ 谈判策略含义运用及选择； ⑦ 谈判开局； ⑧ 报价； ⑨ 讨价还价； ⑩ 让步。	案例分析、情景模拟： 掌握谈判策略的运用原则和技巧； 掌握开局阶段的内容； 掌握报价的技巧； 掌握还价的技巧； 掌握让步的技巧。	学会选择谈判策略；学会掌握谈判开局；学会报价技巧；学会还价技巧；学会让步技巧。

6	僵局 缓解	② 谈判障碍的克服（僵局的缓解）； ②顾客异议的处理。	案例分析、情景模拟：掌握僵局的处理方法；掌握处理顾客异议的方法。	学会缓解僵局； 学会处理好顾客异议。
7	推销成交与签订合同	①成交信号； ②成交方法； ③成交注意事项； ④签订合同。	案例分析、情景模拟：掌握成交信号和成交时机；掌握各种成交方法；掌握签订合同及成交后续工作的内容。	识别和抓住成交时机；学会使用各种成交方法；学会签订合同和处理成交后续工作。

四、课程考核

课程考核由平时成绩、期末闭卷和实践操作三部分组成。

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“实地推销”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%：其中课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%，采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试，试题构成：单选题＋多选题＋判断题＋案例分析题，考核内容中：推销谈判知识、原理、方法占 40%，营销案例分析占 60%。

3、实践操作 40％：7 个项目：树立正确的推销观念及推销自我、推销模式和推销方格、谈判概述、寻找和接近顾客、谈判策略和过程、僵局缓解、成交与签订合同及后续实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65％）、学习态度（20％）、报告撰写（15％），采取学生自评（15%）、互评（35%）及老师评价（50%）方式，注重过程考核。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 64 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	正确的推销观念	4	2	6
2	推销模式和推销方格	6	4	10
3	谈判的概述和原则	4	4	8

4	寻找和接近顾客	7	7	14
5	谈判策略和过程	8	4	12
6	僵局缓解	3	3	6
7	推销成交与签订合同	2	2	4
8	其他	2	2	4
	合计	36	28	64

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以3-4 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《推销与谈判——原理.技巧.实务》第二版 十一五规划高职高专教材；上海财经大学出版社；简彩云李贞主编；2014 年。

（2）参考书

《市场营销》 (美)菲利普·科特勒,(美)加里·阿姆斯特朗著，华夏出版社,2003.7

《谈判真理》 （英）盖温.肯尼迪著，中国宇航出版社，2008

《国际推销大师成功秘诀》 马必成 马克泰，国际广播出版社，2002

《案例式谈判学》 陈荣杰，内蒙古人民出版社，2000.1

《谈判训练》 孙兆臣、易吉林，武汉大学出版社，2003.11

《超级推销——成功推销 200 方法和绝妙说词》 周树清，内蒙古人民出版社，2003，4

《销售与市场》 河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》 国务院国有资产监督管理委员会 中国物流与采购联合会

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网 http://www.glr163.com/

中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网 http://www.emkt.com.cn/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1)校内实训条件利用建议：校内推销与谈判实训室用于模拟推销与谈判；设置校内展销会，通过模拟和仿真的实践，帮助学生掌握推销与谈判的全过程技巧。

（2)校外实践教学条件开发建议：让学生积极参加每年的农博会和茶博会，与湘贵实业有限公司合作开展推销活动，帮助学生实际参与推销与谈判的真实过程。

六、说明

1、本课程标准由市场营销教研室专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：李贞

4、初审：王娜玲

5、二审：谢虎军

6、审定：陈学忠

日期：2020 年 4 月 11 日

7.《连锁企业促销管理实务》课程标准

一、课程性质

本门课程是连锁经营管理专业的核心课程，是一门研究连锁企业促销整体活动及其发展规律的学科，它是一门融合了市场营销学和促销学的原理、思想和方法的新型交叉性的边缘学科。

本课程是构成本专业基本能力——连锁企业门店运营技能的重要组成部分，主要以“专业要求和岗位技能相对接、课程内容与职业标准相对接”为核心开展教学，直接对应技能抽查标准的《门店营销管理模块》——《促销计划执行》项目以及毕业设计选题方向之一，开设在《连锁企业经营管理实务》、《连锁企业品类管理实务》、《市场营销实务》、《商圈调查实务》、《连锁企业门店营运与管理实务》、《零售数据分析与应用》、《连锁企业商品采购实务》、《推销与谈判》等基本原理与技能的基础上的一门专业技能课。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本门课程的学习和训练：培养学生在促销过程中热情、真诚、友善的职业素养；强化诚实守信的法律意识、费用控制的成本意识与意外防范的安全意识。提升学生的促销专业技能：了解连锁企业促销的特殊性所在，特别是要了解我国主要连锁企业促销的特点与作用，了解我国连锁企业促销环节中的前沿和热点问题，掌握企业促销时应注意的问题，能够针对不同的人采取不同的促销方式，能够制订切实可行的促销策划方案，使学生能够在促销实施的过程中，掌握不同的促销方式的优缺点和操作要点，并能够对我国连锁企业现有的促销问题给予科学分析和研究，在提高学生分析问题和解决问题能力的同时，锻炼学生的语言组织能力和写作能力，以及与人沟通协作的能力，为学生顺利通过技能抽查、开展毕业设计和即将就业打下良好的基础。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）培养学生在促销过程中热情、真诚、友善的职业素养；

（2）培养学生在促销过程中良好的洞察、沟通、交流以及处理人际关系的能力；

（3）培养学生在折价促销、有奖促销与赠品促销等促销方式的采用过程中诚实守信的法律意识；

（4）强化学生制订与执行促销计划过程中费用控制的成本意识与意外防范的安全意识。

2. 知识目标

（1）掌握连锁企业促销的基本含义，并将促销与营销区别开来；

（2）清楚促销的对象；

（3）掌握连锁企业促销的作用；

（4）掌握连锁企业在促销时应注意的问题；

（5）掌握促销策划方案的具体内容与写作技巧；

（6）掌握不同的促销方式的优缺点；

（7）掌握不同促销方式的操作要点；

（8）掌握不同促销方式的运用环境；

（9）掌握根据促销背景、促销目的选择促销工具的方法。

3. 能力目标

（1）能够根据促销的目的设计促销主题；

（2)能够根据给定的背景制定切实可行的促销策划方案，并确保促销效果；

（3）能够对不同的人采取不同的促销方式；

（4）能够根据总部的促销计划选择合适的促销主题、促销商品与促销对象

（5）能够根据不同促销环境、、促销目标灵活选择不同的促销方式或促销方式组合，确保促销效果；

（6）能够根据促销目标、促销商品与促销对象，结合促销方式选择合适的促销媒介；

（7）能够策划、实际操作与掌控具体促销方式的运作过程；

（8）能够对不同行业的连锁企业进行促销应用分析；

（9）能够独立制定促销策划方案，并在执行过程中不断完善，保证促销目标的实现。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	认识促销	①认识促销； ②对不同的人采取不同的促销方式； ③制订促销方案； ④撰写促销文案。	①通过相关任务导入，让学生认知促销； ②通过案例，引导学生加深对不同的人采取不同促销方式的理解； ③通过理论讲授，使学生掌握如何制订和撰写促销文案	**知识：** ①了解并掌握促销的概念、特点、作用； ②掌握企业促销应注意的问题； ③了解并掌握促销要解决的基本问题及促销目标的建立，促销工具的种类以及促销方案的具体内容。 **技能：** ①能对不同的人采取的不同促销方式； ②能够根据促销目

				的设计促销主题与促销方案； ③能够进行促销活动的可行性分析，能进行促销活动策划书的撰写； ④能对促销策划方案进行具体分析与评价。
2	实施促销	①样品赠送与包装促销； ②竞赛与抽奖、折价优惠促销； ③有奖积分促销与促销 pop 促销； ④以旧换新与联合促销； ⑤特价促销与折价券促销； ⑥主题促销与会员卡促销； ⑦网络促销与文化促销； ⑧现场演示与付费赠送； ⑨ DM 与广告单促销； ⑩公益促销与电话促销。	①案例分析 ②讨论 ③作业汇报 使学生掌握每一种促销方式的具体应用	**知识：** ①在掌握连锁经营特点的基础上，了解不同促销方式的含义、特点。 ②掌握各种促销方式的优缺点； ③掌握各种促销方式的实施要点； ④注意不同促销方式的运用环境。 **技能：** ①在掌握不同促销方式操作要点的基础上，能够根据给定的背景选择不同的促销方式； ②能够实际操作掌控具体促销方式的运作过程； ③善于对促销活动进行总结，从而不断完善促销方案。
3	促销应用分析	①连锁零售业促销与分析； ②连锁服务业促销与分析。	①分析具体的促销环境 ②评价具体促销方案 ③制定不同行业的连锁企业促销计划执行方案	**知识：** ①认识促销环境对促销实施的重要性； ②认识企业营销目标、营销文化对促销实施的重要性； ③掌握根据促销背景、促销目的选择促销工具的方法；

				④掌握不同促销工具应用的执行策略 **技能：** ①能够根据促销环境、促销目标灵活选择促销方式或促销方式组合； ②能够评价促销方案，保证促销效果； ③能够对不同连锁企业制订促销计划执行方案。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时过程成绩占 50%；期末理论考核成绩占 50%。

1.平时过程成绩（50%）

（1）平时课堂表现（占总成绩的 20%）

出勤率（30%）＋课堂纪律（30%）＋课堂发言（40%）

（2）实践操作 30％

实践操作具体内容包括促销策划方案的撰写 40%，具体促销方式的操作 50%，促销环境的分析 10%。

每一项内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成、学习态度、总结表达、团队合作，采取学生互评（30%）及老师评价方式（70%）相结合。

2．期末考试成绩（50%）

采用理论考核方法，期末考查，时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为开卷笔试。主要题型为：

选择题（单选+多选）＋判断题＋简答题+案例分析

五、实施建议

1．学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
一、认识促销（分 3 个任务）		4	2	6

1	连锁企业促销概述及对不同人采取的不同促销方式	2		2
2	制定促销方案	2		2
3	促销文案的撰写		2	2
二、促销实施（分 15 个任务）		**22**	**8**	**30**
4	样品赠送与包装促销	1	1	2
5	特价促销与折价优惠促销	2		2
6	竞赛与抽奖促销	1	1	2
7	有奖积分与会员卡促销	1	1	2
8	DM 促销与广告单促销	1	1	2
9	POP 促销	1	1	2
10	以旧换新	2		2
11	联合促销	1	1	2
12	商品陈列促销	2		2
13	节假日主题促销	2		2
14	网络促销	1	1	2
15	文化促销	2		2
16	现场演示与付费赠送	2		2
17	公益促销	2		2
18	电话促销	1	1	2
三、促销应用（分两个任务）		**2**	**2**	**4**
19	连锁零售业促销分析及促销执行方案	1	1	2
20	连锁服务业促销分析及促销执行方案	1	1	2
学时总计		**28**	**12**	**40**

2．教学建议

（1）教师的基本要求

①大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

②具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

③具备连锁经营管理与连锁企业促销的专业知识。

④有丰富的连锁企业挂职学习或工作经验。

⑤具有良好的职业道德和责任心。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3．教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养职业素养、知识结构与专业能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以不同的促销方式的优缺点、实施要点、不同促销方式的选择与组合、促销方案的撰写与评价将连锁企业促销技巧各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的高职高专规划教材。

推荐使用教材：

连锁企业促销技巧（第 3 版）电子工业出版社，2019 年 5 月，张启杰主编；

（2）参考书

①《连锁企业促销技巧》，北京大学出版社，2016.8 第一版，李英，杨晓凌主编。

②《连锁企业促销策划》　　电子工业出版社，2012，李建、洪秀华 编著；

③《促销策划》　　中国经济出版社　2003，凌宁编；

④《促销实战手册》　　中国纺织出版社　2003，　张自利编；

⑤《连锁门店促销技巧》　大连理工大学出版社，2012，赵敬明主编。

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

4．校外实践教学条件利用（或开发）建议

人人乐、好润佳、通程、新佳宜等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1．本课程标准由连锁经营管理《连锁企业促销技巧》专业教学团队与人人乐、好润佳、通程、新佳宜等企业兼职教师合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔：任修霞

4．初审（教研室主任或专业带头人）：卢宇

5．二审（二级学院、教学部负责人）：谢虎军

6．审定：陈学忠

2020.7.20

8.《顾客体验与服务》课程标准

一、课程性质

《顾客体验与服务》是湖南商务职业技术学院连锁专业构建 “工作过程为导向的”新课程体系中的一门专业课程，属于高职连锁管理类专业开设的核心专业课程。

本课程是构成专业核心能力——连锁经营管理能力的重要组成部分（顾客管理），开设在最后一学期，在连锁专业大多数核心专业课程之后，直接对应技能抽查标准《顾客管理》模块，为毕业生在今后实际工作中处理各种服务情景打下扎实的专业基础。

二、课程目标

（一）总体目标

培养学生良好的服务意识和职业道德，使学生掌握《顾客体验与服务》的基本概念和理论，不同类型客户的服务技巧，全方位提升学生在门店运营与管理过程中的形象管理能力、沟通能力、应变能力、情绪管理能力与抗压能力，从而全面提升门店的形象，达到更好的顾客体验与服务的效果。

（二）分类目标

1．素质目标

（1）具有良好的职业道德；

（2）具有良好的服务意识；

（3）具有诚信品质、敬业精神；

（4）具有强烈的责任意识和遵纪守法意识。

2．知识目标

（1）掌握门店顾客体验与服务的基本概念、基本原理；

（2）学生掌握不同类型客户的服务技巧；

（3)门店顾客体验与服务理论在门店顾客服务礼仪、沟通技巧、服务技巧、客户投诉处理技巧等领域的应用；

（4）对门店顾客服务礼仪、沟通技巧、服务技巧、客户投诉处理技巧的优化方法。

3．能力目标

（1）具备运用服务技巧提升顾客体验与服务质量的能力；

（2）具备企业门店顾客体验与服务流程诊断与优化的能力；

（3）具备较好的学习新知识和新技能的能力；

（4）具备制订工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；

（5）具备获取和使用服务信息的能力；

（6）具备服务创新的能力。

三 课程内容与要求

编号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	认识客服	客服的概念及重要性	通过了解、讨论和分析各种有代表性的案例；领略客服魅力。	掌握客服的概念及重要性
2	顾客服务礼仪	①顾客服务礼仪的基础 ②接待客户礼仪 ③客户电话服务礼仪 ④名片使用礼仪	①设计各种礼仪情景； ②观看并模仿规范的大学生礼仪视频；	①掌握顾客体验与服务的基本礼仪；掌握接待客户的礼仪； 掌握客户电话服务礼仪；名片使用礼仪。 ②掌握顾客体验与服务的概念 ③掌握顾客体验与服务的礼仪中需要解决的主要问题。
3	顾客服务中的沟通技巧	①沟通基础知识；倾听技巧； ②提问技巧； ③有效沟通的语言； ④身体语言的运用；电话沟通技巧	①分析各种典型沟通案例 ②几种常见的提问、倾听、身体语言的模拟训练； ③读心术测试 ④我来比划你来猜	①掌握沟通的基本要素和基本方式； ②掌握倾听的技巧，如何成为一个好的聆听者； ③掌握提问和身体语言的运用
4	顾客服务技巧	①顾客体验与服务中的接待技巧； ②顾客体验与服务中理解客户、满足客户期望的技巧； ③顾客体验与服务中留住客户的技巧； ④顾客体验与服务中及时服务到位的技巧	①欢迎顾客的到来的基本流程和技巧； ②不同行业和业态的服务案例分析；案例分析结论	① 掌握不同行业普通顾客接待客户的技巧；理解客户的技巧； ②掌握满足客户和留住客户的期望；
5	不同类型的顾客服务技巧	①普通客户的服侍技巧； ②棘手客户的服务技巧。	①对客户按不同标准进行分类；不同类型顾客的特点； ②不同顾客的服务技巧	①了解超值服务的内容； ②掌握顾问式服务、个性服务、体验服务。

6	服务创新	①超值服务：顾问式服务； ②体验服务、个性服务 ③服务创新	①思考与讨论：服务创新的动力是来源于客户的需求 ②案例分析：各种创新服务案例的讨论；	合理设计创新服务。
7	顾客投诉的处理技巧及综合训练	①客户为什么会投诉； ②有效处理客户投诉的意义； ③一般处理投诉的技巧； ④不同投诉及重大投诉的处理技巧 ⑤投诉带来的危机	①某企业争取处理客户投诉的调研报告； ②某企业顾客体验与服务改善客户投诉的处理方案；	①掌握顾客投诉的重要意义； ②掌握处理顾客投诉的基本方法和技巧。
8	处理顾客服务压力的技巧	①压力与压力的产生。 ②处理压力的技巧。	①企业团建活动案例 ②情绪管理案例。 ③压力管理案例。	①能正确面对压力，化解压力； ②能理性管理情绪。
9	网络时代的客服	① 网络客服的概念、特征、优点、缺点； ② 几大有代表性的电商网站服务特色； ③ 电商新秀的创新网络服务特色。	① 每组选定不同的大众电商巨头（如：淘宝、天猫，京东、唯品会、拼多多等）,对其服务特色进行讨论、总结。 ② 每组选一组小众电商平台新秀（直播带货、美丽说、小红书、毒、蘑菇街等）,对其服务特色进行讨论、总结。	①网络客服的概念、特征、优点、缺点； ②几大有代表性的电商站服务特色； ③电商新秀的创新网络服务特色

10	客服中的安全知识	①各种急救知识。 ②各种安全防范知识。	①标准的心肺复苏急救视频演示；食物噎住-海姆立克急救法视频演示；溺水急救视频演示等 ②地震、火灾、电梯故障等安全事故的预防及急救知识相关的案例分析和视频展示。	能熟练掌握各种安全急救的理论知识和实操技能，并能灵活应用于实践。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：礼仪展示（10%），沟通情境分析（15%），不同顾客服务技巧分析（15%），顾客服务创新（20%），顾客投诉处理方案（40%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：客服知识、原理、方法占 60%，客服案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

教学单元	理论	实践	其他	合计
认识客服	2	0		2
顾客服务礼仪	1	1		2

顾客服务中的沟通技巧	3	1		4
顾客服务技巧	4	2		6
类型的顾客服务技巧	4	2		6
服务创新	4	2		6
顾客投诉的处理技巧及综合训练	4	2		6
处理顾客服务压力的技巧	2	2		4
网络时代的客服	2	0		2
客服中的安全知识	2	0		2
合计	28	12		40

2、教学建议

（1）师资要求：具备客户服务相关专业知识和企业相关工作经验的双师型教学人才。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材与资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以店铺顾客服务与管理的业务流程为主线，将店铺顾客服务与管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（2）参考书

《客户服务实务》（第 2 版）李先国，曹献存主编，清华大学出版社

《 客户服务与管理》项目教程（第 2 版)方玲玉,李琳娜，电子工业出版社

《客户服务实务》（第四版）丁雯，李婷 编著，东北财经大学出版社

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国客服务网 http://www.cncs100.com/

微信公众号：沟通技巧、客户服务与管理

六、说明

1、本课程标准由连锁专业专业教学团队、人人乐公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：刘小莲

4、初审（教研室主任或专业带头人）：卢宇

5、二审（二级学院、教学部负责人）：谢虎军

6、审定：陈学忠

日期：　2020 年　7 月 20　日

茶艺与茶叶营销专业

1.《茶席设计与茶会组织》课程标准

一、课程性质

本门课程是茶艺与茶业营销专业开设的一门专业核心课程。本课程通过课堂讲解、技能训练、观看影像资料等活动组织教学，采用教、学、练三者结合以学生实操为主的教学方式。通过学习，使高职学生掌握系统的茶席设计基础知识，具备茶席设计、茶会筹备与组织的能力，对学习和实践其他茶叶专业课程具有直接的指导意义。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，让学生了解茶席和茶会的类型及发展，掌握茶席设计的构成要素、结构方式以及题材和表现方式，掌握主题茶席的布置和环境营造，掌握茶会的策划流程和主题茶会的策划及组织，能够在茶会设计、组织中灵活运用茶席设计和布置的技能，完善专业知识结构，提高自身修养和欣赏水平，满足学生的职业需要，增强茶艺的生活实用性。

（三）具体目标

知识目标	方法能力目标	素质目标
1. 了解茶席的概念及茶席设计的起源与发展。 2. 掌握茶席设计的基本构成要素及一般结构方式。 3. 掌握茶席设计的题材及表现方法。 4. 掌握主题性茶席的布置方法和技巧。 5. 掌握茶席设计展演中服装的选择与搭配、环境的营造。 6. 了解茶会的发展、主要类型及特征。 7. 掌握茶会的策划流程。 8. 掌握主题茶会的策划和如何	1. 能够设计主题茶席。 2. 能够布置茶席并通过简单装饰烘托茶席主题。 3. 能够对自己设计的主题茶席进行讲解。 4. 能够策划、组织主题茶会，并在其中运用好茶席设计和布置的技能。 5. 能够组织无我茶会。 6. 能够组织申时茶会。 7. 能够对茶空间布置提出意见和建议。	1.具有正确的审美认识。 2.加强学生的规则意识。 3.具有团队合作创新意识。 4.具有吃苦耐劳的精神。 5.具有良好的身体素质和心理素质。

展开组织。		

三、课程内容与要求

序号	工作任务模块	课程内容	要求	活动设计
1	茶席概念	1、茶席的概念界定 2、茶席与茶会 3、茶席的功能	1、掌握茶席的概念 2、了解茶席的功能	通过视频、图片等方式了解
2	茶席设计的兴起和研究	1、茶席设计的兴起 2、茶席设计研究概述	1、了解茶席设计的发展	课堂展示：小组搜集曾在古诗文、古书画中出现的茶席并展现
3	茶席主题提炼	3、茶席题材选择 4、茶席主题命名	1、掌握茶席主题的提炼和命名方法	1、通过视频、图片等方式了解 2、课堂练习：进行主题的提炼及命名
4	茶席的创意与文案创作	4、茶席创意策划 5、茶席文案创作 6、茶席文案鉴赏	1、能进行茶席文案的创作	四人一组进行茶席创意策划和文案创作
5	茶席布置	5、茶席设计的基本构成要素 6、茶席设计的一般结构方式 7、茶席中茶品及茶具 8、茶席中茶水、茶食 9、茶席中音乐 10、茶席中其他配置 11、茶席中服装和礼仪讲究	1、掌握茶席布置的方法和技巧	四人一组根据小组茶席文案进行茶席布置，并配上合适的服装进行讲解
6	茶会概论	4、茶会概念 5、茶会类型（无我茶会、申时茶会、四序茶会、曲水茶宴等）	1、掌握茶会的概念 2、了解几个主要类型的茶会	通过视频、图片等方式了解

7	茶会的发展历史	1、无我茶会的发展 2、申时茶会的发展	1、了解无我茶会和申时茶会的发展历程	通过视频、图片等方式了解
8	无我茶会的组织	3、无我茶会的基本形式及精神 4、无我茶会的流程和各环节要求 5、无我茶会的组织	1、掌握无我茶会的精神和组织	1.通过视频、图片等方式了解无我茶会 2.全班一起组织一场无我茶会
9	申时茶会的组织	1、申时茶会的基本形式及精神 2、申时茶会的流程和各环节要求 3、申时茶会的组织	1、掌握申时茶会的精神和组织	1.通过视频、图片等方式了解申时茶会 2.全班一起组织一场申时茶会
10	主题茶会的策划和组织	1、主题茶会的策划（流程及各环节要求） 2、主题茶会体现的精神 3、主题茶会的组织	1、掌握茶会的策划和组织	1、四人一组进行主题茶会的策划 2、挑选出好的主题茶会进行组织

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）作业及实践操作（30%）

其中：茶席创意及文案创作（15%），茶席布置及讲解（30%），无我茶会的组织（10%），申时茶会的组织（10%），主题茶会的策划（20%）、主题茶会的组织（15%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考核成绩

采用操作考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为实操。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表所示：

教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	茶席概念	2		2
2	茶席设计的兴起和研究	2		2
3	茶席主题提炼	2		2
4	茶席文案创作	2	4	6
5	茶席布置	4	6	10
6	茶会概念	2		2
7	茶会的发展历史	2		2
8	无我茶会的组织	2	6	8
9	申时茶会的组织	2	6	8
10	主题茶会的策划和组织		6	6
	合计学时	20	28	48

2、教学建议

（1）教学方法主要采用校内多媒体教学、课堂情景模拟、讲授法、演示法、引导自学法、视频教学法、企业调研法、小组合作实操法等。做到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。结合校企合作的校外实践单位提供的案例资源和调研参观机会，加深学生对理论知识的理解和增强学生学习的体验感。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组合作讨论、操作，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

教材及参考书	书名	编者	出版社	版本
教材	自编			
参考资料	茶席设计	周新华	浙江大学出版社	2016 年
	茶席 茶会	蔡荣章	安徽教育出版社	2011 年

	中华茶文化与礼仪	胡付照	中国财富出版社	2018 年

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶文化教室和学校空旷场所或校外合适场地共同完成。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、课程团队

本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南一品仙茶叶有限公司、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发，由廖伟副教授担任本课程负责人并执笔撰写，市场营销教研室主任王娜玲副教授初审，湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长二审，最终由茶艺与茶叶营销专业教学指导委员会审定。由湖南一品仙茶叶有限公司邓鹏经理、湖南一品仙茶叶有限公司禹明穗茶艺师、湖南省唐羽茶业有限公司刘丽华副总经理、湖南省唐羽茶业有限公司唐盼茶艺师、湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长、湖南商务职院技术学院经贸学院谢虎军副院长组成本课程教学团队。

2020 年 7 月 23 日

2.《茶叶商品知识》课程标准

一、课程性质

本课程是一门介绍茶叶商品相关知识的课程。通过对本门课程的学习，使学生在了解茶叶作为商品出售时不同于其他商品的属性、各类茶叶特点及代表花色品种、各类茶叶的初制加工工艺、茶叶的营养保健特性、茶叶市场的产销现状、茶叶感官质量评审、茶叶包装、储存与保养等理论知识的基础上，对我国的各类商品茶叶有一个比较全面的认识，能够掌握和运用茶叶商品基础知识给消费者作介绍，进行各类茶叶的销售。

本课程是茶艺与茶叶市场营销的专业核心课，同时也是理论性与实践性紧密结合的一门综合性课程，教学中要求理论必须与实践密切结合。

二、课程目标

（一）总体目标

通过工学结合、校企合作方式培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握茶叶基本知识与能力，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力。并通过理论、实践相结合的教学方式，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有茶叶基础知识功底的、能开展茶叶营销相关工作的高素质高技能型专门人才，以适应市场对营销管理人才的需求。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）认识茶类演变的发展历程；

（2）理解茶叶分类的依据及分类方法；

（3）熟悉茶产业发展与现状，掌握六大茶类的分类依据与加工工艺特点，熟悉茶叶的品质审评内容和品质鉴别、茶叶的健康属性，了解茶叶衍生新产品的现状及茶叶包装和存储，学会科学饮茶的技巧。

2、能力目标

（1）能够清楚辨认每个茶所属的茶类及应该具有的品质风味；

（2）能够比较专业的辨别日常茶品的质量好坏，在日常的茶叶销售中能巧

妙运用茶叶的健康属性向顾客推销茶品；

（3）会在日常生活中合理选茶和合理喝茶，掌握鉴赏茶叶和科学饮茶的技巧提升生活品质。

3、素质目标

（1）具备良好的服务意识；

（2）具备良好的职业道德；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质。

三、课程内容与要求

	学习情境	学习内容	学习目标	作业成果
1	茶叶的分类及代表茶类	1、茶叶分类 2、各茶类、各地区的代表茶类及其特点	知识 1.我国六大茶类的历史与发展 2.茶叶分类原则 3.六大茶类的风味特色 4.六大茶类的代表花色品种 能力： 1.熟悉我国六大茶类的发展历史，深入理解各类茶的本质特征 2.掌握各类茶叶分类的标志 3.掌握各类茶叶的品种及品质特征	能收集一个自己喜爱的或代表地方特色的茶品进行介绍，分析其历史渊源，制作工艺、风味特征、品牌和包装特色等。
2	茶叶的加工工艺	1.六大茶类的初制工艺 2.茶叶的精制工艺 3.现代制茶工艺	知识 1.我国制茶的历史进程 2.六大茶类的初制与精制工艺 3.制茶工艺对茶叶品质的影响 能力： 1.熟悉我国制茶的历史进程，了解现代生产技术及其优劣势 2.掌握各类茶叶的生产过程及工艺要点，了解各类茶叶的关键工艺及其对品质的影响，能适当分析各类商品茶生产过程中的优缺点	能收集一个经过工艺改良过的商品茶品进行分析，说明其工艺改良的历史或市场背景，改良前后的商品茶特色、营销策略等差异进行比较（如君山银针黄改绿，正山小种去烟，铁观音拖酸等）

3	茶与健康	1.古今对饮茶与健康的认识 2.饮茶有益健康的生化基础(茶叶的主要化学成分) 3.各大茶类的保健功效	知识： 1.饮茶有益健康的生化基础（茶叶的主要化学成分） 2.各大茶类的保健功效及其原理 1.了解自汉代以来我国古籍和古医书关于茶叶药用价值和饮茶健身的论述 2.了解现代科学阐明茶的药用价值 3.掌握茶叶的主要化学成分组成及营养成分和药效成分 4.掌握茶叶中茶多酚类物质、咖啡碱、氨基酸的保健功效 5.了解茶叶对特殊人群（各类病人、儿童、孕妇等）的饮用禁忌	能在多个模拟的茶叶销售情境下根据不同人群的差异化需求为消费者进行合理的商品推荐、销售工作
4	国内茶叶产销概况	1.国内茶区分布 2.国内茶叶生产情况 3.国内茶叶贸易情况 4.湖南省茶叶产销情况	1 中国茶区的划分及特点； 2 中国茶叶生产情况 3 中国茶叶贸易情况 4 湖南省茶叶产销情况 1 了解我国各茶区的基本情况； 2 熟悉我国茶区分布、茶叶生产和贸易情况； 3 了解我省茶叶行业形势	立足于本省的茶叶产销情况，选择湖南当地茶企，为该企业策划一个营销策划方案
5	茶叶质量控制	茶叶标准 茶叶感官质量评审 茶叶质量认证与检验	知识： 茶叶审评室的布置要求 茶叶审评用水用具 六大茶类的审评方法和步骤 审评时间、用水、茶叶用量对评审结果的影响 茶叶的国家标准、行业标准和企业标准制定 茶叶质量认证机构及认证方式	

			茶叶质量检测项目	
			技能： 1.掌握茶叶评审的环境条件、设备条件 2.掌握茶叶评审的基本步骤、方法及各环节的要点 3.掌握日常生活用茶的选购方法 4.掌握真假茶、新陈茶、茶叶品质好坏的识别方法 5.了解茶叶各级标准 6.掌握我国茶叶质量检测项目 7.了解茶叶质量检测及认证机关；	
6	茶叶新产品介绍	1.茶叶新产品开发的程序 2.市售的茶叶产品新形态 3.茶叶类新产品的开发方向与前景	知识： 1 茶叶新产品开发的程序 2 茶饮料、生理活性产品、速溶茶粉、超微茶粉、茶叶保健食品的定义及发展现状 3 未来茶产业的发展方向以及茶类新产品开发的方向	利用所学的市场营销知识为某个茶类新产品做一个某地区范围内的新产品上市推广方案
			技能： 了解茶叶新产品开发方式及开发方向； 掌握现有茶类新产品的特点；	
7	茶叶包装与储存	1.茶叶包装 2.各类茶叶储存方法	知识： 1 茶叶包装材料的种类； 2 包装材料对茶叶储存的影响 3 新型茶类商品的包装设计欣赏 4 各类茶叶的储存方法与禁忌；	为某一指定商品茶叶（千两茶、白牡丹、大红袍、滇红金芽）合理选择恰当的短期和长期存储方式

			技能： 1 了解茶叶包装材料的种类； 2 了解包装材料对茶叶储存的影响 3.掌握各类茶叶的储存方法；	
8	科学饮茶	1.合理选茶方法 2.饮茶禁忌	知识： 1.中国茶叶质量现状 2.茶叶质量问题 3.茶叶选购技巧 4.六大茶类的冲泡方式 5.饮茶禁忌	
			技能： 1.掌握科学饮茶的内容 2.掌握六大茶类的冲泡方法 3.熟悉各类茶叶的饮用禁忌	

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照知识积累和茶叶质量品评流程的过程进行考核，考核学生的职业技能；从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末考核占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋问答题＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例％

1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 实训操作表现	10%
2	实践操作	1、完成老师布置的课堂或课后任务 2、作业完成质量打分情况	任务完成（65%）、学习态度（20%）、总结表达（10%）、团队合作（10%）	40%
	期末考核	1、单选题 2、多选题 3、判断题 4、问答题 5、论述题	考试	50%

五、实施建议

（一）学时建议

本课程的总课时为 48，其中实践操作学时 18。

教学单元	讲课	实践	合计
茶叶分类及代表茶类	4	2	6
茶叶的加工工艺	6	4	10
茶与健康	4	2	6
国内茶叶产销情况	2	2	4
茶叶质量控制	2	0	2
茶叶包装与储存	4	2	6
茶叶新产品开发	4	2	6
科学饮茶	4	4	8
合计	30	18	48

（二）教学建议

1、教学要求

（1）教学过程中要集中体现“教师主导，学生主体”的角色定位，要求任课教师加强对学生的研究，加强教学单元内容在实践应用中的应用研究及相关案例的收集。

（2）教学过程要围绕“理实一体化”、“教、学、练同步化”的设计理念，教师在授课过程中以启发式教学代替灌输式教学，引导学生间通过学习小组开展协作式学习。

（3）学习过程中要求在总结归纳的基础上获取新的知识，鼓励学生对相关情景做出判断，并对其他同学的观点做出评价与补充。

2、教学方法

（1）在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

（2）在教学过程中，除已经普遍采用的多媒体教学手段以外，充分利用现代信息技术手段，利用精品课程的网络平台，利用计算机辅助教学软件、计算机辅助练习系统，提升学生的操作能力。

（3）教学过程中教师应积极引导学生提升职业素养，提高职业道德。

3、教学资源建议

（1）注重实验实训指导书和实验实训标准的开发和应用。

（2）常用课程资源的开发和利用挂图、幻灯片、投影片、录像带、视听光盘、多媒体软件、电子教案等，充分利用这些资源创设形象生动的工作情境，激发学生的学习，促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高资源利用效率。

（3）积极开发和利用网络课程资源。充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网络信息资源，使教学媒体从单一媒体向多种媒体转变；使教学活动从信息的单向传递向双向交互转变；使学生从单独的学习向合作学习转变。

（4）校企合作开发实验实训课程资源。充分利用本行业典型企业的资源，加强校企合作建立校内、校外实训基地，满足学生的实习实训需求，在此过程中进行实验实训课程资源的开发，同时为学生提供就业机会，开创就业渠道。

（5）建立开放式实验实训中心，使之具备职业技能考核、实验实训、现场教学的功能，将教学与培训教材合一、教学与实训合一，满足应用型高等职业教育学生综合职业能力培养的需求。

4、教材的编写和使用建议

（1）打破传统的学科教材模式，以本课程标准为依据进行教材编写。

（2）校企联合编写适合工学结合的教材，教材编写以校企合作、工学结合培养高技能人才的要求为目标，注重能力本位的原则，力求突出“理论够用、重在实操”和“简单明了、

方便实用”的特色，内容应具有较强的应用性和针对性，编写的目的主要是为了培养具有良好职业道德、具有一定理论知识、具有较强操作和管理实践能力、具有可持续发展能力的、为企业所欢迎的应用型高等职业教育人才。

（3）通过工作任务的需求，从有利于各专门化课程的学习出发，以够用为度为原则，设定能力目标，能力标准，引入应用型高等职业教育学生所必需的理论知识，加强实际操作能力和管理能力的训练。

（4）教材应图文并茂，提高学生的学习兴趣，加深学生对茶知识的理解与掌握。

（6）建议为教材配置专门的多媒体光盘，以得教学的需要和学生的自学。

5、推荐教材和教学参考书

（1）教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以茶叶基础知识为主线，将各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（2）推荐教学参考书

《茶学概论》	周巨根，朱永兴主编	中国中医药出版社
《茶学入门》	屠幼英主编	浙江大学出版社
《茶学基础知识》	董学友主编	中央广播电视大学出版社

（3）推荐教学参考网站

中国教育网	http://www.chinaedunet.com/
中国茶文化网	http://www.chawh.net/
茶叶网	http://chaye.51rich.net/

六、教学团队

本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南一品仙茶叶有限公司、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发，由欧阳梅老师担任本课程负责人并执笔撰写，茶艺与茶叶营销教研室主任廖伟副教授初审，湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长二审，最终由茶艺与茶叶营销专业教学指导委员会审定。由湖南一品仙茶叶有限公司邓鹏经理、湖南一品仙茶叶有限公司禹明穗茶艺师、湖南省唐羽茶业有限公司刘丽华副总经理、湖南省唐羽茶业有限公司唐盼茶艺师、湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长、湖南商务职院技术学院经贸学院谢虎军副院长组成本课程教学团队。

2020 年 7 月 8 日

3.

《茶叶审评技术》课程标准

标准制定人： 欧阳梅

标准修订人：

修订 日 期： 2020 年 7 月 15 日

《茶叶审评技术》课程标准

④ 课程信息

课程代码：

课程名称：茶叶审评技术

授课对象：三年制高职学生

课程性质：岗位核心能力课程

学时学分：56 学时（其中理论 28 学时，实践 28 学时），3.5 学分

前导课程：《茶叶商品知识》、《茶叶概论》

后续课程：《评茶员考证》、《茶叶存储》

⑤ 课程目标定位

《茶叶审评技术》是茶艺与茶叶营销专业岗位能力核心课程之一，是获取评茶员职业资格标准必修的核心课程。

通过对该课程的学习，使学生具备符合区域产业特色的茶叶感官审评的理论知识及技术；为学生能够独立完成红茶、绿茶、黑茶的感官品质分析任务奠定扎实的理论基础和具备过硬的实践本领，最终胜任茶叶感官审评技术核心岗位工作。为培养在茶叶生产、加工、销售等岗位上，能够用得上、留得住、有理论、懂技术、能创新、会发展的高端技能型专门人才奠定基础。

⑥ 课程设计思路

1.以评茶员岗位所需的品德、知识和技能为切入点，结合专业校企共育人才的工学结合理念，与企业共建项目任务型课程。

2.立足湖南省茶叶生产加工特色，覆盖东南地区相关茶叶资源，围绕评茶员岗位典型工作任务的需要，参照“评茶员”职业标准要求组织课程内容。

3.调研岗位所需的茶叶感官审评新知识、新技术，融入行业职业资格新标准、新要求，不断优化教学内容。

6.采取直观性、启发式、参与式的教学方法与手段，全面培养学生的自主学习、创造性等综合职业素养。

⑦ 教学内容标准

1.素质标准

⑴体现积极进取、自主学习的良好习惯

⑵融入热爱岗位工作、乐于奉献的精神

⑶与岗位勤于职守、吃苦耐劳、一丝不苟的态度相结合

⑷贯穿勇于创新、坚持不懈、团结协作的精神

2.知识标准

⑴六大茶类的分类方法及基本品质特征

⑵各茶类不同品质特征的关键加工工序

⑶人类感官的特点及感觉规律

⑷茶叶感官审评基础知识

⑸名优绿茶和大宗绿茶审评方法及其品质的重要影响因子

⑹红茶审评方法及其品质的重要影响因子

⑺青茶审评方法及其品质的重要影响因子

⑻黑茶审评方法及其品质的重要影响因子

⑼评茶术语的定义

⑽评茶加权计分法和等级判断方法

⑾茶叶标准、茶叶包装标识

⑿评茶室建设标准

⒀称量器具使用

⒁实验室安全知识

⒂《标准化法》《标准化法实施条例》《产品质量法》等相关法律知识

（16）茶叶检验的基础知识

3.能力标准

⑴根据实际条件，正确组建标准评茶室

⑵正确进行来料验收与样品保管

⑶正确制备并使用标准样

⑷绿、红、青、黑茶的感官鉴别

⑸进行名优绿茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑹进行大宗绿茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑺进行红茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑻进行青茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑼进行黑茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑽掌握粉茶、碎茶的测定方法

⑾掌握茶叶容重及含梗量的测定方法

⑿掌握茶叶水分的测定方法

⒀掌握总灰分的测定方法

⒁掌握茶多酚、氨基酸总量的测定方法

⑧ 典型工作任务与学习项目

表 1 典型工作任务与学习项目

序号	典型工作任务	职业能力	学习项目
1	识茶辩茶	1、六大茶类的分类方法及名茶基本品质特征 2、形成各茶类不同品质特征的关键加工工序 3、人体感官形成感觉的机理、特点和规律 4、通过茶叶外形判断样品种类、名称和基本工艺特点 5、正确运用人体感官的感觉规律于评茶实践中 6、运用人体感官识别滋味、香气、色泽以及外观描述	认识茶和我们的感官
2	茶叶品质形成机理	1、六大茶类的分类方法及名茶基本品质特征 2、形成各茶类不同品质特征的关键加工工序 3、人体感官形成感觉的机理、特点和规律 4、通过茶叶外形判断样品种类、名称和基本工艺特点 5、正确运用人体感官的感觉规律于评茶实践中 6、运用人体感官识别滋味、香气、色泽以及外观描述	认识茶和我们的感官
3	组建评茶室	1、按照国家标准组建标准评茶室 2、做好评茶设施的管理和准备工作 3、做好安全用电和实验室防火防爆工作 4、做好评茶设施的维护、保养工作	评茶室建立和管理

4	审评基本方法	1、按照国家标准组建标准评茶室 2、做好评茶设施的管理和准备工作 3、根据来样，准备相应的文字标准（企业、国家、行业或地方标准）和实物标准样 4、能了解来样的规格、茶叶品类、数量 5、能按“茶取样”的操作规程，从大队样中抽取具有代表性的试样能按统一格式，对样品进行编号、登记 6、能根据茶样外形特征观察所用标准是否适当、明确所需检验项目的要求 7、能根据茶类的不同特性保管好样品，在感官审评期间保持品质不变	评茶室建立和管理
5	茶叶标准	1、了解茶叶标准体系的建立和完善流程 2、了解现有的茶叶国家标准 3、了解现有的茶叶行业标准 4、熟悉茶叶标准样的制作 5、掌握中国十大名茶的标准	茶叶标准
6	绿茶审评程序	1、能够根据天气变化做好审评室内光照、温湿度的调节，使其符合评茶要求 2、能根据正确准备绿茶审评所需器具 3、熟知绿茶评茶程序 4、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 5、能够对茶叶品质形成做出分析和指导	绿茶的审评与品质分析
7	绿茶的审评术语	1、掌握通用的绿茶审评术语 2、熟悉绿茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉绿茶品质弊病描述术语	绿茶的审评与品质分析
8	青茶审评程序	1、能够根据天气变化做好审评室内光照、温湿度的调节，使其符合评茶要求 2、能根据正确准备青茶审评所需器具 3、熟知青茶评茶程序 4、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 5、能够对茶叶品质形成做出分析和指导	青茶的审评与品质分析
9	青茶的审评术语	1、掌握通用的青茶审评术语 2、熟悉青茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉青茶品质弊病描述术语	青茶的审评与品质分析
10	红茶审评程序	1、能够根据天气变化做好审评室内光照、温湿度的调节，使其符合评茶要求 2、能根据正确准备红茶审评所需器具 3、熟知红茶评茶程序 4、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 5、能够对茶叶品质形成做出分析和指导	红茶的审评与品质分析

11	红茶的审评术语	1、掌握通用的红茶审评术语 2、熟悉红茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉红茶品质弊病描述术语	红茶的审评与品质分析
12	白茶审评程序	1、能够根据天气变化做好审评室内光照、温湿度的调节，使其符合评茶要求 2、能根据正确准备白茶审评所需器具 3、熟知白茶评茶程序 4、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 5、能够对茶叶品质形成做出分析和指导	白茶的审评与品质分析
13	白茶的审评术语	1、掌握通用的白茶审评术语 2、熟悉白茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉白茶品质弊病描述术语	白茶的审评与品质分析
14	黑茶审评及审评术语	1、能够根据天气变化做好审评室内光照、温湿度的调节，使其符合评茶要求 2、能根据正确准备黑茶审评所需器具 3、熟知黑茶评茶程序 4、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 5、能够对茶叶品质形成做出分析和指导	黑茶的审评与品质分析
15	黑茶的审评术语	1、掌握通用的黑茶审评术语 2、熟悉黑茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉黑茶品质弊病描述术语	黑茶的审评与品质分析
16	黄茶审评程序	1、能够根据天气变化做好审评室内光照、温湿度的调节，使其符合评茶要求 2、能根据正确准备黄茶审评所需器具 3、熟知黄茶评茶程序 4、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 5、能够对茶叶品质形成做出分析和指导	黄茶的审评与品质分析
17	黄茶的审评术语	1、掌握通用的黄茶审评术语 2、熟悉黄茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉黄茶品质弊病描述术语	黄茶的审评与品质分析

⑨ 课程教学内容及要求

㈠教学内容组织

依据课程教学内容标准，整合成 11 个教学项目，要求学生完成教学项目所规定的学习任务（见表 2）。

表 2 教学内容

项目编号	教学项目	学习任务	教学时数		
			理论	实	小计

				践	
1	认识茶和我们的感官	识茶辩茶、茶叶品质形成机理	4	4	8
2	评茶室建立和管理	评茶室建立和管理、茶叶感官审评方法	4	0	4
3	茶叶标准	茶叶标准	4	0	4
4	绿茶的审评与品质分析	绿茶审评程序、审评术语	10	6	16
5	红茶的审评与品质分析	红茶审评程序、审评术语	12	4	16
6	青茶的审评与品质分析	青茶审评程序、审评术语	6	2	8
7	黑茶的审评与品质分析	黑茶审评程序、审评术语	12	4	16
8	黄茶的审评与品质分析	黄茶审评程序、审评术语	6	2	8
9	白茶的审评与品质分析	白茶审评程序、审评术语	6	2	8
10	综合实训		0	20	20
11	阶段测试		0	8	8
12	机动		0	8	8
13	考核		0	4	4
合计			64	64	128

㈡教学要求

1.理论教学要求

表 3 理论教学要求

项目编号	教学项目	重点	难点
1	审评基本方法	1、做好评茶设施的管理和准备工作 2、按“茶取样”的操作规程，从大队样中抽取具有代表性的试样能按统一格式，对样品进行编号、登记 3、根据茶类的不同特性保管好样品，在感官审评期间保持品质不变	1、按照国家标准组建标准评茶室 2、根据来样，准备相应的文字标准（企业、国家、行业或地方标准）和实物标准样 3、根据茶样外形特征观察所用标准是否适当、明确所需检验项目的要求
2	茶叶品质形成机理、茶叶标准	1、六大茶类的分类方法及名茶基本品质特征 2、通过茶叶外形判断样品种类、名称和基本工艺特点 3、茶叶标准的类型及内容	1、形成各茶类不同品质特征的关键加工工序 2、人体感官形成感觉的机理、特点和规律 3、运用人体感官识别滋味、香气、色泽以及外观描述 4、各类标准的要点

3	绿茶的审评与审评术语	1、掌握通用的绿茶审评术语 2、熟悉绿茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉绿茶品质弊病 4、熟知绿茶审评程序	1、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 2、对绿茶品质做出分析和指导
4	红茶的审评与审评术语	1、掌握通用的红茶审评术语 2、熟悉红茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉红茶品质弊病 4、熟知红茶审评程序	1、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 2、对红茶品质做出分析和指导
5	青茶的审评与审评术语	1、掌握通用的青茶审评术语 2、熟悉青茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉青茶品质弊病 4、熟知青茶审评程序	1、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 2、对青茶品质做出分析和指导
6	黑茶的审评与审评术语	1、掌握通用的黑茶审评术语 2、熟悉黑茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉黑茶品质弊病 4、熟知黑茶审评程序	1、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 2、对黑茶品质做出分析和指导
7	白茶的审评与审评术语	1、掌握通用的白茶审评术语 2、熟悉白茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉白茶品质弊病 4、熟知白茶审评程序	1、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 2、对白茶品质做出分析和指导
8	黄茶的审评与审评术语	1、掌握通用的黄茶审评术语 2、熟悉黄茶的专用审评术语及其含义 3、熟悉黄茶品质弊病 4、熟知黄茶审评程序	1、正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 2、对黄茶品质做出分析和指导

2.实践教学要求

表 4 实践教学要求

项目编号	教学项目	单项技能	重点	难点
1	认识茶和我们的感官	识茶	运用人体感官识别滋味、香气、色泽，辨别样品所属茶类	运用人体感官识别滋味、香气、色泽，辨别样品品名
		味觉与色泽的识别	运用人体感官识别并描述常见滋味、香气、色泽	香气品种的辨别
2	绿茶的品质特征与审评方法	名优绿茶审评与分析	2、名优绿茶评茶过程 3、评语记录 4、评茶计分和等级评定 5、茶叶品质分析	1、评语记录 2、评茶计分和等级评定
		大宗绿茶审评与分析	11 大宗绿茶评茶过程 12 评语记录 13 评茶计分和等级评定 14 茶叶品质分析	③ 评语记录 ④ 评茶计分和等级评定
3	红茶的品质特征与审评方法	红茶审评程序	② 通用评茶程序 ③ 加奶审评方法	通用评茶程序各步骤操作要点

		工夫红茶审评与分析	③ 工夫红茶评茶过程 ④ 评语记录 ⑤ 评茶计分和等级评定 ⑥ 茶叶品质分析	3、评语记录 4、评茶计分和等级评定
4	青茶的品质特征与审评方法	青茶审评程序	青茶评茶程序	青茶评茶程序各步骤操作要点
		颗粒形青茶审评与分析	4、颗粒形青茶评茶过程 5、评语记录 6、评茶计分和等级评定 7、茶叶品质分析	1、评语记录 2、评茶计分和等级评定
		条形青茶审评与分析	1、条形青茶评茶过程 2、评语记录 3、评茶计分和等级评定 4、茶叶品质分析	1、评语记录 2、评茶计分和等级评定
5	黑茶的品质特征与审评方法	黑茶审评程序	黑茶评茶程序	黑茶评茶程序各步骤操作要点
		黑茶审评与分析	1、黑茶评茶过程 2、评语记录 3、评茶计分和等级评定 4、茶叶品质分析	1、评语记录 2、评茶计分和等级评定
6	白茶的品质特征与审评方法	白茶审评程序	白茶审评程序	白茶评茶程序各步骤操作要点
		白茶审评与分析	1、 白茶评茶过程 2、评语记录 5、评茶计分和等级评定 6、茶叶品质分析	1、评语记录 2、评茶计分和等级评定
	黄茶的品质特征与审评方法	黄茶审评程序	黄茶审评程序	黄茶评茶程序各步骤操作要点
		黄茶审评与分析	1、黑茶评茶过程 2、 评语记录 3、 评茶计分和等级评定 4、茶叶品质分析	1、评语记录 2、评茶计分和等级评定

⑩ 教学条件

㈠校内实训条件

1.茶叶加工实训室：有扁形、卷曲形、条形（毛峰）名优绿茶清洁化加工设备至少一套；工夫红茶加工设备及用具一套；可开展青茶、黑茶、白茶、黄茶等加工关键工序与茶叶品质相关性研究；满足工位数不少于 50 个。

2.茶叶审评实训室：有审评杯、碗等用具不少于 50 套；同时满足 50 人以上进行评茶程序、茶叶品质评定与分析等单项技能的训练。

3.农产品检测实训室：有马弗炉、水浴锅、烘箱、紫外可见分光光度计、分样器、振动筛、高速离心机、粉碎机等实验实训设备，能满足学生开展各项实训操作。

㈡校外实训条件

茶叶生茶加工企业：距离学校较近、至少可同时容纳 20 人进行现场教学；

拥有先进的茶叶加工设备、标准评茶室、检验室，可进行绿茶、红茶等基本茶类的加工、审评和检测，有茶叶加工技术骨干、质量管理骨干、优秀的车间管理人员参与课程教学指导。

㈢教学团队

课程需教学团队成员 3—4 人，其中企业兼职教师不少于 2 人。专任教师应具有 1 年相关企业挂职实践经历，其中主讲教师需具备硕士研究生以上学历，校内实训指导教师和企业兼职教师应具备高级评茶员职业资格，且校外兼职教师需具有茶叶质量审评的指导能力及茶叶加工经验 3 年以上，授课总学时数不低于 36 学时。

11 教学方法与考核评价

㈠教学方法

课程教学采取以“启发引导为主、教师讲授为辅”教学方法体系，在具体实施过程中，主要选用案例教学、视频播放、图片展示教学、模拟情景教学、现场教学等直观教学方法，并灵活选用讨论法、学生讲授与演示等启发式、参与式教学方法，辅以多媒体、网络教学手段等。

㈡考核评价

1.考核评价形式及方法

⑴课程注重学生学习态度、课堂表现、课业完成情况、单项技能操作以及学生学习结果各方面综合考核评价，采取过程考核与终结性考试相结合原则。

⑵理论性考核选取口试或闭卷考试的形式，其中闭卷考试采取教考分离、试题库抽题考核的方法。

⑶技能性考核采取现场操作形式，现场操作由学生分组进行。

2.考核评价要求

⑴参加课程技能竞赛获省级以上奖项，以及提前获取中级以上评茶员职业资格证的学生，可以申请免考。

⑵监考人员不少于 2 人一组，严格按照学校有关考风考纪的要求执行。

③ 考核结果评定

本课程技能考核采用形成性考核方式，形成性考核结果 100% = 平时成绩 20%+技能考试 30%+理论考试 50%。

⑴平时成绩由

学习态度考核：由任课教师根据学生理论与技能学习的出勤情况、学习态度以及课堂表现等情况，采用百分制打分，其中考勤占 30%，学习表现占 70%。

课业考核：学生分组完成每个教学项目模块的能力拓展课业，对课业实施的过程及结果采取百分制打分，其中师评占 40%、小组互评占 30%、学生自评占 30%。

⑶理论（知识）考试：采取百分制命题，其中理论教学项目重点占 80%，难点占 20%。具体题型及考核要求按照专业教学理论考核标准执行。

⑷技能（实践）考试：采取百分制命题，按照技能教学项目要求进行命题，考核项目不少于 3 个，其中教学重点不少于 80%。

12 课程资源

㈠相关网站

中国知网（http://www.cnki.net/）

食品伙伴网（http://www.foodmate.net/）

中国茶网（http://www.zgchawang.com/）

㈡相关标准

GB/T 23776-2009 茶叶感官审评方法

GB/T 14487-2008 茶叶感官审评术语

GB/T 18797-2002 茶叶感官审评室基本条件

SN/T 0917-2010 进出口茶叶品质感官审评方法

NY/T 787-2004 茶叶感官审评通用方法

㈢教材选用

《茶叶审评与检验》十二五规划教材，农艳芳主编

㈣参考书

[1]茶经(彩色珍藏本).陆羽,范伟.中国画报出版社. 2011-09 出版

[2]品茶图鉴:214 种茶叶、茶汤、叶底原色图片).陈宗懋,俞永明,梁国彪,周智修.黄山书社.2009-07 出版

[3]茶叶鉴赏.王同和.中国科学技术大学出版社.2008-05 出版

[4]评茶员.王庆主编,姜红艳,申卫伟编写.2012

六、说明

1、本课程标准由茶艺与茶叶营销教研室专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：欧阳梅

4、初审：

5、二审：

6、审定：

日期：2020 年 7 月 15 日

4.《茶叶销售技巧》课程标准

一、课程性质

本课程是一门介绍茶叶店面销售技巧的课程。通过对本门课程的学习，使学生在了解茶叶店面销售技巧的基础上，能够掌握和运用茶叶销售的技巧来销售茶叶，具备茶叶店面销售人员的销售技能。

本课程是茶艺与茶叶营销专业的专业核心课，同时也是理论性与实践性均较强的一门综合性课程，教学中要求理论必须与实践密切结合。

通过本门课程的学习，使学生对茶叶店面销售工作有一个比较全面的认识，并为进一步学习茶叶销售知识、进行茶叶店面销售技巧实务操作打下一个良好的基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过工学结合、校企合作方式培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握采购管理的基本知识与能力，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力。并通过理论、实践相结合的教学方式，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有采购管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型连锁经营与管理专门人才，以适应市场对连锁经营与管理人才的需求。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）了解茶叶门店销售工作

（2）掌握茶叶门店销售的基本礼仪

（3）了解茶叶销售的主要流程

2、能力目标

（1）掌握接近顾客的技巧

（2）掌握开场的技巧

（3）掌握沟通的技巧

（4）掌握洽谈的技巧

（5）掌握处理顾客异议的技巧

（6）掌握促成交易的技巧

（7）掌握顾客服务的技巧

3、素质目标

（1）具备良好的服务意识；

（2）具备良好的职业道德；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质。

三、课程内容与要求

学习内容（情境）			专业能力目标
项目一 认识茶叶店面销售	认识茶叶店、茶叶店工作岗位和要求、茶叶店面销售工作、茶叶店面销售基本礼仪。	分任务 1：认识茶叶店面 分任务 2：茶叶店面销售礼仪：	1.了解茶叶店的作用和发展趋势。 2.了解茶叶店销售工作的性养和流程 3.掌握茶叶店面销售礼仪
项目二 销售接近	接近顾客的准备、如何开场接近顾客	分任务 1：接近的顾客的准备 分任务 2：开场的技巧	1 掌握顾客入店的开场技巧 2.掌握成功接近顾客的技巧
项目三 销售沟通	与顾客沟通的语言技巧、激发购买欲望的技巧、询问技巧	分任务 1：沟通语言技巧 分任务 2：激发购买欲望的技巧 分任务 3：询问技巧	能够灵活运用各种沟通技巧与顾客有效沟通，激发顾客的购买欲望
项目四 处理异议	处理反对问题、不满问题、价格问题等异议	分任务 1：处理反对问题的技巧 分任务 2：处理顾客不满的技巧 分任务 3：处理价格问题的技巧	能够灵活运用各种技巧处理各种顾客异议
项目五 促成交易	促成交易、正确道歉和良好互动	分任务 1：促成交易的技巧 分任务 2：顾客良好互动的技巧	能准确判断成交信号，发出及时成交的邀请，最后促成交易，与顾可经常保持良好互动
项目六 顾客管理与服务	开发新顾客、维护老顾客和处理顾客投诉	分任务 1：开发新顾客的技巧技巧 分任务 2：维护老顾客的技巧 分任务 3：处理顾客投诉的技巧	能够对茶叶店的顾客做好管理和服务，建立顾客档案，做到新顾客变成老顾客，老顾客成为终生顾客；会处理顾客投诉问题。

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照茶叶店面销售流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核茶叶店面销售的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算＋分析题

3.实践操作 40％

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	32、 基本任务完成情况； 33、 小组协作情况； 34、 职业素养的能力； 35、 每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

本课程建议学时 48 学时，其中理论学时 28，实践学时 20，建议第 5 学期开设，。教学学时分配建议如下表所示。

教学单元	理论学时	实践学时	合计
认识茶叶店面销售	4	4	8
销售接近	4	4	8
销售沟通	4	4	8
顾客异议	4	4	8
促成交易	6	2	8

顾客管理与服务	6	2	8
合计	28	20	48

（二）教学建议

1、本课程在教学过程中，应立足于学生加强学生茶叶销售的能力，采用校企合作、工学结合，提高学生学习兴趣。

2、本课程教学须充分利用学校和企业的两种资源，学校专职教师与企业兼职教师教学相结合，采用现代多媒体教学与软件操作和模拟实训相结合，强化学生实践能力和管理能力的提高。

3、在教学过程中，要尽可能采用多媒体教学、实训软件、沙盘制作、现场教学模式。

4、尽量采用小班化教学。

5、学校专职教师应具有双师型工作能力，具有与课程内容相关的管理能力，从学生实际出发，因材施教，着力培养学生对本课程的学习兴趣，从而提高学生学习的主动性和积极性。

6、企业兼职教师应具有一定的普通话基础，并掌握一定的教学、教育相关知识，在进行示范性教学时，能充分表达所教学的内容。

（三）推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以茶叶店面销售技巧流程为主线，将茶叶店面销售各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《店铺销售技巧》　　高彩凤主编　中国发展出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

茶叶营销网 http://cha.cmmo.cn

茶叶销售网 http://www.cyxsmh.com/

（四）校内外实践教学条件利用（或开发）建议

1、校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶艺与茶叶营销专业教室完成

2、校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

课程标准制订人：

审核：

制订日期：

5.《茶艺服务与技巧》课程标准

一、课程性质

本门课程是茶艺与茶业营销专业开设的一门专业基础课程。本课程通过课堂讲解、技能训练、观看影像资料等活动组织教学，采用教、学、练三者结合以练为主的教学方式。通过学习，学生可以进一步了解茶技茶艺、茶风茶俗、茶具茶事等活动。为《茶席设计》,《茶会活动策划》等后续课程做理论准备。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，本课程的教学目标是通过项目教学，让学生了解中国的茶文化，熟悉茶叶知识，掌握玻璃、盖碗、紫砂壶三套基本的茶艺技能；完善专业知识结构，提高自身修养和欣赏水平。

（二）具体目标

知识目标	方法能力目标	素质目标
1 .了解中国茶文化的起源与发展 2.了解茶叶的分类、特点、功效 3.熟悉常用的茶具及正确的使用方法 4.了解茶艺服务人员基本的职业素质与职业能力 5.掌握不同茶类的茶艺服务技术	1 .能进行我国主要茶类的冲泡和品饮 2.能向客人介绍茶的起源、发展和相关故事传说 3.能够分辨六大茶类 4. 能够根据不同的茶叶选择相应的冲泡和品饮茶具 5.能够进行席间茶水茶点服务 6.熟练掌握茶艺基本流程	1.具有规则意识 2.具有良好的职业素养和气质 3.具有团队合作意识 4.具有良好的身体素质和心理素质

三、课程内容与要求

课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	茶叶分类与识别	（1)茶文化的起源与发展 （2)茶叶的制作与分类 （3)名茶的欣赏和相关故事传说 （4)我国六大茶类代表名茶的赏鉴与品饮	通过视频、图片等方式了解，学生通过认知实训亲自参与茶叶制作过程	掌握茶文化起源和发展的轨迹；掌握不同茶类的制作和加工技术，熟悉不同加工步骤的作用；能不品鉴六大茶类

2	茶具分类与组合	常见茶具的名称和功能介绍。	实物展示，图片，视频介绍了解常用茶具	掌握常见的饮茶用具的名称及功用，能进行不同品茗环境下的茶具组合
3	品茗用水与茶保健	（1)茶叶冲泡对水的要求 （2)茶的相关保健知识	通过使用不同的水，自来水，纯净水，井水等泡茶让学生进行分辨和理解	能正确选择品茗的用水；能向顾客介绍茶保健知识
4	玻璃杯冲泡法	（1）综合掌握绿茶玻璃杯冲泡的三种方法 （2)能熟记三种方法的冲泡流程及代表茶叶的特征。	演示，实操	能根据不同茶类的要求来正确选择并熟练运用不同的玻璃杯冲泡法来冲泡茶叶；能描述冲泡流程；介绍茶汤的口味与风格特点
5	盖碗冲泡法	（1）掌握红茶盖碗的冲泡技巧； （2）能熟记冲泡流程及代 表茶叶的特征。	演示，实操	能熟练运用盖碗冲泡以红茶为代表的茶，并能描述冲泡流程，介绍茶汤的口味与风格特点。
6	紫砂壶冲泡法	（1）掌握乌龙茶紫砂壶的冲泡技巧； （2）能熟记冲泡流程及代表茶叶的特征。	演示，实操	能熟练运用紫砂壶冲泡以安溪铁观音茶为代表的乌龙茶，并能描述冲泡流程，介绍茶汤的口味与风格特点。
7	茶艺的综合运用	（1）综合掌握各种茶具和 茶类的冲泡方法和技巧；（2）能熟记冲泡流程及 代表茶叶的特征。	演示，实操	能根据客人的要求正确选择和熟练运用不同的茶具和冲泡方法来冲泡各种茶类；能描述冲泡流程；介绍茶汤的 口味与风格特点。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：茶叶识别（15%），茶具分类与组合（10%），品茗用水与茶保健（15%），

玻璃杯冲泡法（20%），盖碗冲泡法（20%），紫砂壶冲泡法（20%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用操作考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为实操。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 64 学时，建议第一学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	茶叶分类与识别	2	6	8
2	茶具分类与组合	2	4	6
3	品茗用水与茶保健	2	6	6
4	玻璃杯冲泡法	2	8	12
5	盖碗冲泡法	2	8	12
6	紫砂壶冲泡法	2	8	12
7	茶艺的综合运用	2	8	12
合计		14	50	64

2、教学建议

（1）教学方法主要采用校内多媒体教学、课堂情景模拟、讲授法、演示法、引导自学法、视频教学法、企业调研法法等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组合作讨论、操作，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）本课程的任课教师由校内专任教师与企业兼职教师共同组成。校内专任教师要求具有较强的理论知识与实践经验，讲师以上职称，有企业挂职经历；企业兼职教师要求有三年以上茶室经营和管理经验，在茶行有良好的声誉和一定的影响力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《茶艺》柳延峥竹编，东北财经大学出版社

（2）参考书

《茶艺师培训教材》江用文，童启庆，金盾出版社

（3）参考网络资源

http://www.icve.com.cn/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶文化教室完成

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、教学团队

本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南一品仙茶叶有限公司、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发，由廖伟副教授担任本课程负责人并执笔撰写，湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长审核，最终由茶艺与茶叶营销专业教学指导委员会审定。由湖南一品仙茶叶有限公司邓鹏经理、湖南一品仙茶叶有限公司禹明穗茶艺师、湖南省唐羽茶业有限公司刘丽华副总经理、湖南省唐羽茶业有限公司唐盼茶艺师、湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长、湖南商务职院技术学院经贸学院谢虎军副院长组成本课程教学团队。

2017 年 6 月 8 日

6.《 广告实务》课程标准

一、课程性质

《广告实务》是高等院校市场营销专业的一门专业课，是一门理实一体的项目化课程，它是市场营销专业的一门专业核心课程，也是商贸流通专业群其它专业的能力拓展课程。旨在培养具有现代广告营销理念的应用型商贸类大专人才，在整个市场营销课程体系中，处于核心的地位，在课程体系中起到承上启下的作用，是实现商贸类专业人才培养目标的重要课程之一。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解中国广告活动的现状与发展趋势，掌握广告调研、广告策划、广告效果评估测定与广告预算的基本原理与方法，培养学生进行广告案例分析和广告策划的专业能力，培养具有现代广告营销理念，既能从事一般广告营销，又特别擅长于广告灵活运用的专门人才。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）了解国内外广告活动的历史、现状和最新发展；

（2）了解国内外广告理论与经验；

（3）正确认识广告与广告活动的性质和功能；

（4）全面认识广告活动的全过程及各个环节；

（5）掌握广告活动的内在规律；

（6）掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法。

2、能力目标

（1）懂得评判一则广告的优劣；

（2）能够对广告案例进行准确的分析；

（3）能迅速领会新的广告创意模式和新的媒体形式；

（4）能够为企业策划广告方案；

（5）善于运用广告为企业解决实际问题。

3、素质目标

（1）善于沟通、合作和交流，能够与团队合作共同完成广告项目中各个环节的设计；

（2）具备良好的广告敏感度；

（3）形成广告鉴赏的职业习惯；

（4）具备良好的广告职业道德，具有社会责任心；

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	项目一：认知广告	⑧ 知名广告网站、经典广告作品赏析； ⑨ 广告的起源与发展； ⑩ 广告概念、要素； ⑪ 广告策划的流程。	③ 说出 10 个你最熟悉的广告； ④ 分组并设计团队形象、团队广告口号。	①掌握广告的概念； ②了解广告的起源和发展； ③掌握广告的分类； ④掌握广告的构成因素； ⑤掌握广告策划流程。
2	项目二：实施广告调查	①广告调查性质、内容； ②设计广告调查的程序。	根据任务背景，按照要求设计广告调查。	⑬ 掌握广告调查的基本依据和方法； ⑭ 能设计符合要求的广告调研程序； ⑮ 能合理设计和实施市场调查。
3	项目三：制定广告定位和诉求策略	①广告目标设计的原则和方法； ②广告定位； ③广告对象和地区的选择； ④广告策略概述； ⑤广告定位策略； ⑥广告诉求策略。	根据任务背景，为企业制定广告定位和诉求策略。 课堂 PPT 展示	①掌握广告目标设计的原则和方法； ②能够对广告进行准确定位； ③围绕广告战略目标选择合适的广告对象和地区； ④了解广告策略的含义、特点及作用； ⑤明确广告定位策略、广告定位策略主要内容； ⑥能结合企业实际，制定出适合的广告定位策略和诉求策略。
4	项目四：制定广	①媒介概念与类型、媒介分析； ②广告媒体选择的	根据任务背景 ①为企业拟定合理的广告定位和诉求策	①掌握合理制定广告媒体策略的要求； ②能结合企业实际，制定出

	告媒体策略	原则和方法； ③传统广告媒体应用的方法和技巧； ④新媒体应用的方法和技巧。	略，并加以说明； ②根据你的定位策略和诉求策略，制定广告媒体策略； ③课堂PPT展示。	适合的广告媒体策略。
5	项目五：设计广告创意	①广告创意在广告活动中的地位 ②广告创意设计的原则 ③广告创意设计的方法	根据任务背景 根据广告目标，为企业设计广告创意。	①了解广告创意在广告活动中的地位； ②掌握广告创意的含义和广告创意的原则； ③掌握广告创意设计的方法； ④能够运用广告创意设计的方法，设计广告创意。
6	项目六：设计广告文案	①广告文案的概述； ②传统广告媒体文案的设计； ③新媒体广告文案的设计	根据任务背景，结合选择的媒介，设计广告文案。 课堂PPT展示。	①了解广告文案的作用； ②能够结合广告目标，针对不同媒介，设计出合适的广告文案。
7	项目七：制定广告预算	①广告预算的方法； ②广告费用的组成部分； ③各常见媒体广告费用。	根据任务背景，结合广告目标和广告策略，制定合理的广告预算。	①掌握广告预算的方法； ②了解广告费用的组成部分； ③熟悉各大常见媒体广告费用； ④能制定合理的广告预算。
8	项目八：评估广告效果	①广告效果评估的概念； ②广告心理效果评估的方法； ③广告社会效果评估的方法； ④广告经济效果评估的方法。	根据任务背景，结合广告目标和广告策略，制定合理的广告效果评估方法。	①了解广告效果评估的概念； ②掌握广告心理效果评估的方法； ③掌握广告社会效果评估的方法； ④掌握广告经济效果评估的方法； ⑤能够灵活运用广告效果评估的方法，为广告设计效果评估方式。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时学习过程成绩占 50%；期末考试成绩占 50%。

1、平时学习过程成绩占 50 分

课堂出勤纪律占 10 分，课堂表现占 10 分，项目任务完成占 30 分（项目任务评价标准见表 2 所示）。

2、期末考试成绩占 50 分

采用广告策划方案题库抽查的考核方式，考试时间 120 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，广告策划方案评价标准见表 3 所示。

表 2 项目任务评价标准

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90-100）	良（80-89）	中（70-79）	及格（60-69）
1.小组成员相互协作及对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2.项目成果（60%）	小组互评*0.4+教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
3.交流及表达能力（20%）	教师评价*0.6+小组互评*0.4	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷使人印象深刻	能用专业语言正确较为流利地与进行交流及 PPT 的讲述，声音洪亮。	能用专业语言正确地进行交流和 PPT 讲述	能用专业语言基本正确地进行交流和 PPT 的讲述，无重大失误。
4.学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5.团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

表 3 广告策划方案评价标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养（20分）	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理 （5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力		10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品（80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	

	内容	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析（1 分）、消费者分析（1 分）、竞争对手定位以及以往广告分析（1 分）、产品的特点分析（1 分），市场分析比较确切（2 分）	
		市场策略	7	营销目标明确（1 分）、产品定位比较准确（3 分）、广告目标具体（3 分）	
		广告表现	20	广告诉求对象合适（2 分）、广告主题醒目（3 分）、广告创意（广告语、广告片等）符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点（15 分）。	
		广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用 3 种以上不同的媒介方式。 （每种合适媒介 3 分，组合合理 3 分）	
		广告预算	10	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（4 分），活动经费预算合理可行，分配妥当（6 分）。	
		广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括 3 种以上评估方法，每种 1 分）	
	创新方面		5	方案有新的创意，见解独到	
小计			100		

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 4 所示。

表 4 教学学时分配建议表

教学单元	讲课	习题课	讨论课	实践	合计
项目一： 认知广告	2		2		4
项目二： 实施广告调查	2			2	4
项目三： 制定广告定位和	3		1	2	6

诉求策略					
项目四： 制定广告媒体策略	7		1	2	10
项目五： 设计广告创意	2			2	4
项目六： 设计广告文案	5		1	2	8
项目七： 制定广告预算	2			2	4
项目八： 评估广告效果	3		1	2	6
合计	28		6	14	48

4、教学建议

以调动学生积极性为核心，以实践教学为主线，多种教学方法并用，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练。

（1）项目教学法

整个课程教学采用项目教学，与传统的教学相比，由以教师为中心转变为以学生为中心，由以课本为中心转变为以“项目”为中心，由以课堂为中心转变为以实际广告策划工作为中心。运用项目教学法进行教学设计的时候，我们强调学生是认知的主体、是知识意义的主动建构者。根据项目教学的教法思路和教学设计原则，整个课程教学采用一个实际企业委托的项目为主线，将学生进行模拟分组，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

（2）任务驱动法

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行，学生在教师的引导下开展探究性学习，通过参与任务解决的过程，实现学生主动学习，学与做相结合。

（3）情景教学法

调动学生的学习积极性，促使学生自主学习、自主探究，在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及企业广告策划的实际情况设置适当的情境，将抽象的

任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。比如在项目任务五中进行广告创意时，广告创意方法如何运用，我们就可以利用电教创设情境，借助思维导图法，这样就将比较抽象的方法生动化，学生易学易懂。

（4）角色扮演法

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

（5）其他教学方法

除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善以参与式、体验式、交互式和模拟教学等实践教学为基本形式的多种方法。

①头脑风暴法。针对讲授中、案例中、学生身边提出的问题，由学生应用所学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

②案例分析。案例分析是教学联系实际的特色形式，本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，也不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和提升。

③网络冲浪。现代教学应充分利用互联网，对营销专业学生而言，这是一种特殊的接触实际的窗口。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解目标企业的广告，搜集最新广告信息，学习广告最新知识，思考与分析现实问题。

④广告沙龙。针对课程的特点，选择一个特定的问题，事先进行较为充分的准备；然后，让师生实践专家集聚在一起，在轻松的氛围中进行畅谈，相互启发，也可以争论，形成相同或不同的思路；并于事后形成文字材料。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

教材需体现“把需要工作的学生培养成能够适应营销岗位工作需要的创新型营销合格职业人”的理念。教材内容体现职业性、先进性、通用性、实用性，能够培养营销职业岗位需要的发现顾客需求、满足顾客需求的职业能力。教材中实践教学活动设计的内容具体，并具有可操作性。

推荐教材：

《广告学—理论、实务、案例、实训》，高等教育出版社，金立其、刘觅主编

《广告原理与实务》高等教育出版社，王宏伟、芦阳主编

（2）参考书

①《广告原理与实务》 ，王吉方主编，机械工业出版社，2010 年；

②《广告理论与实务》，赵明剑，王兴为，北京交通大学出版 2009 年；

（3）参考网络资源

①中国广告人网 (http://www.chinaadren.com/)

②中国广告门户网 (http://www.yxad.com/)

③广告网—广告传媒行业第一门户(http://www.cnad.com/)

④素材公社(http://www.toooopen.com/work/view/12820.html)

⑤广告买卖网（ http://www.admaimai.com /）

六、说明

1、本课程标准由商贸流通专业群教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：刘小莲

4、修订：李飘

5、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

6、二审（二级学院、教学部负责人）：

7、审定：

日期： 2020 年 7 月 20 日

7.《市场营销策划》课程标准

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程和必修课，是基于营销岗位能力的培养而开设的一门方法论的应用课程，具有全局性、战略性和规划性的特点，通过本门课程的学习与训练，可使学生将前三个学期所学的专业知识进一步应用到本课程实战实训中，提升学生综合运用所学专业知识的能力和技巧，并将其转化为解决实际问题的方法，培养学生市场营销策划能力，掌握市场营销策划的一般程序，撰写市场营销策划书，能对具体的营销策划方案进行设计，提升学生分析问题与解决问题的职业能力，注重培养学生的专项岗位技能和营销策划综合素养，使学生进入实际工作岗位后，能胜任一般性的营销策划工作。

本课程是构成专业基本能力——营销策划技能的重要组成部分，开设在《经济学基础》、《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》等课程后，为后续课程《客户服务与管理》、《销售管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

从学生职业能力培养的基本规律以及营销策划岗位职责出发，以就业为导向，打破课程纯理论教学体系，依据营销职业岗位的工作任务、工作流程中的知识与技能要求，遵循教、学、做合一的原则，以项目（产品）营销的工作任务和职业能力分析为依据，按照营销岗位的工作内容和流程把课程内容整合成市场营销策划认知、市场调研策划、市场营销战略策划、市场营销战术策划等 4 个相互关联的学习情境，每个学习情境下又根据实际需要划分为若干学习任务，学习任务下又设计了具体的操作步骤或程序，整合教学内容，并参考相关企业个案，相对应地设计工作项目及工作任务，以完成工作任务情况作为衡量学习效果的主要依据，使学生在学习本门课程时能够得到方法与操作流程的指导。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）理解市场分析营销策划创意的基础知识；

（2）掌握竞争对手分析的基础知识；

（3）掌握新产品功能点描述、新产品卖点寻找的基础知识；

（4）掌握目标市场分析的基础知识；

（5）掌握促销活动方案设计的基础知识；

（6）掌握新产品上市推广方案设计的基础知识；

（7）掌握公关活动设计的基础知识；

（8）掌握广告活动设计的基础知识；

（9）掌握营销策划书撰写的基础知识。

2、能力目标

（1）具有市场环境分析的能力；

（2）具有信息搜集并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力；

（3）能在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念与能力；

（4）能运用营销与策划的知识进行策划设计能力；

（5）方案写作能力。

3、素质目标

（1）具备良好的政治思想素质、道德品质和法律意识；

（2）具备诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度；

（3）具有正确的营销观念和创新意识；

（4）具备积极进取、勇于探索的精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	市场营销策划基础知识	（1）营销策划概述； （2）营销策划的简介； （3）策划的一般流程； （4)营销策划书撰写格式。	（1）自主学习：学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法；通过网络查询相关市场营销策划案例； （2）小组讨论与学习、案例分析：通过课外与社会、同学了解市场营销环境。	熟悉营销策划工作流程，掌握营销策划内容，能对市场营销策划内容进行分析；在接受营销策划任务时，能根据市场营销策划的一般流程安排工作计划；掌握策划书撰写格式。
2	营销策划创意	（1）营销策划创意概述； （2）营销策划创意与思维训练。	（1）案例分析、讨论：真实企业创意分析； （2）角色扮演与情景模拟演练。	能运用头脑风暴等营销策划创意方法对企业具体营销问题进行创意并解决问题。
3	促销策划	（3）促销方案的撰写格式与内容；	（1）案例分析、讨论：真实企业创意分析；	掌握促销方案撰写格式、内容、技巧与流程，

		（4）促销方案策划基本方法与技巧以及过程注意点。	（2）纠错练习； （3）小组讨论互评。	根据给定的企业背景设计促销方案。
4	广告策划	(1)广告方案的撰写格式与内容； (2)广告方案策划基本方法与技巧以及过程注意点。	（1）案例分析、讨论：真实企业方案分析； （2）纠错练习； （3）小组讨论互评。	能根据广告方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计广告方案。
5	企业形象策划	(1)企业形象策划的内容； (2)企业形象策划的流程； (3)企业形象策划基本方法与技巧以及过程注意点。	（1）案例分析、讨论：真实企业方案分析； （2）纠错练习； （3）小组讨论互评。	能根据企业形象方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计企业形象方案。
6	公关主题活动策划	(1)公关主题活动策划的内容； (2)公关主题活动策划的流程； (3)公关主题活动策划基本方法与技巧以及过程注意点； （4）危机公关。	（1）案例分析、讨论：真实企业方案分析； （2）纠错练习； （3）小组讨论互评。	能根据公关主题活动方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计公关主题活动方案。
7	新产品上市推广策划	(1)新产品上市推广策划的内容； (2)新产品上市推广策划的流程； (3)新产品上市推广策划基本方法与技巧以及过程注意点。	（1）案例分析、讨论：真实企业方案分析； （2）纠错练习； （3）小组讨论互评。	能根据新产品上市推广方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定的企业背景设计新产品上市推广活动方案。
8	品牌与渠道策划	（1）品牌策划基本内容； （2）渠道策划基本	案例分析、讨论：真实企业方案分析。	对企业品牌与渠道策划内容有一个粗略的了解。

		内容。		

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时学习过程成绩占 70%；期末考核成绩占 30%。

1、平时学习过程成绩占 70 分

（1）课堂表现（20 分）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（50 分）

其中：营销环境分析报告（10%），促销方案（20%），新产品推广方案（20%）、企业形象设计方案（10%）、公关主题活动方案（20%）、广告方案（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩占 30 分

采用方案设计考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	市场营销策划基础知识	2	2	4
2	营销策划创意	4	4	8
3	促销策划	4	6	10
4	广告策划	2	2	4
5	企业形象策划	2	2	4
6	公关策划	2	4	6
7	新产品上市推广策划	2	6	8
8	品牌与渠道策划	2	2	4
学时总计		20	28	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用“项目驱动、

任务导向”的教学模式。该模式以岗位为中心，教师从岗位需求出发，分析岗位任务，根据岗位任务，设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能后，进行实训设计，强化技能训练，然后进入企业顶岗实习，从而适应岗位要求，为学生零距离就业打下基础。通过这样的设计，完成了“基于工作岗位一体化”的教学过程。

（2）教学手段现代化。课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。在加强校园网、电子图书馆、多媒体教室等数字化教学环境建设的基础上，100%使用多媒体授课。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）“大课堂”教学模式，双导师制。打破教室概念，以工学结合的“大课堂”代替固定的教室。所谓“大课堂”，即将教室、校内实训室、校外企业项目、供销行业，乃至整个社会都融为一个“大课堂”，围绕创业型人才培养需要，在具体教学过程中以自主创业中各项知识及技能的要求为主线进行教学与实践，采取以工学交替为特色的教学组织形式，突出职业核心能力训练。

双导师制将社会与高校的资源进行整合共享，以校内优秀的专任教师为学术导师，以校外有丰富实践经验的企业高级营销师或管理部门人员等来担任职业导师，集理论与实践培养于一体，相互促进，有利于学生在读书期间拓宽知识面，增加社会经验，缩短成才过程。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合湖南省高职营销专业技能抽查标准，建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营销专业技能抽查标准中有关营销策划测试部分内容的要求来自编教材。

（2）参考书

《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

说明：营销策划理论与实践时刻在发生改变，为了能够与时俱进，建议参考书按照教学时间进行选择，尽量选择最新的书籍，尽量选择企业专家撰写的书籍进行参考，不建议将教材作为参考书。

（3）参考网络资源

中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网 http://www.glr163.com/

中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网 http://www.emkt.com.cn/

全球品牌网 http://www.globrand.com/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）多参与各类营销竞赛，以比赛带动课堂教学

学生在课程学习实践过程中，同时接受校内导师(即专业教师)理论的指导、及校外企业策划精英的课程实训指导或企业项目经理的分项实践指导。通过实境实训、技能大赛等方式提升学生职业技能。如注重培养学生参加全国高校市场营销大赛，以技能大赛带动学生技能的培养与提高。建立健全学生技能大赛培养、参赛制度，组织专人跟踪大学生技能大赛动向，并对技能大赛需求的技能与企业岗位技能进行对比，探索专业技能教学的结合点，改进传统教学只依靠教材而脱离岗位技能的做法。以赛促学，引导学生理论联系实际，鼓励求是拓新，既为企业创造市场效益，又为学生营销素质与能力的形成创造了良好机遇。

（4）建议设立营销策划工作室，引入企业实际项目

为更好地服务地方经济建设，应努力构建“工学交替、产学结合、校企一体化”的教学模式。按照适度、必须、够用的原则进行理论教学，以项目为导向、以任务为驱动，强力推进校企合作，重在加强学生校内实验实训、校外顶岗实习建设，注重学生专业岗位技能培养；通过进一步加大与地方企业的合作力度，为地方经济建设输送一大批高素质、高技能专业人才。充分湘贵实业有限公司、湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队、星邦重工等公司兼职教师参与合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：王娜玲

4、初审（教研室主任或专业带头人）：王娜玲

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2020 年 6 月 25 日

8.《中华茶文化》课程标准

一、课程性质

本门课程是茶艺与茶叶营销专业开设的一门专业核心课程。本课程通过课堂讲解、技能训练、观看影像资料等活动组织教学，采用教、学、练三者结合，注重学生实操的教学方式。通过学习，使高职学生掌握系统的茶文化知识，具备茶文化传播、应用和创新的能力，对学习和实践其他茶叶专业课程具有直接的指导意义。为《茶艺服务与技巧》、《茶叶审评技术》、《茶席设计与茶会组织》等后续课程做理论准备。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解我国博大精深的茶文化，熟悉茶文化发展概况，掌握茶叶的发祥地、我国茶叶的分类和识别、茶文化的传播途径、茶与文学艺术以及国内外的饮茶习俗等知识，具备六大茶类的识别技能、品评技能、鉴赏茶文学作品等基本技能，完善专业知识结构，提高自身修养和欣赏水平。

（二）具体目标

知识目标	方法能力目标	素质目标
1.通晓茶文化的概念、形成及发展。 2.了解茶文化的内涵、特点和作用。 3.掌握中国茶及茶文化的传播。 4.掌握茶叶的分类、识别和品评。 5.掌握茶叶中的主要化学成分，茶叶的健康保健作用。 6.了解茶的法律制度、茶与宗教的关系。 7.掌握茶叶冲泡的基本知识。 8.了解中华茶文化的核心—茶道 9.了解茶与诗词、小说、歌舞、绘画、典故的知识。 10.掌握国内外的饮茶习俗。 11.了解茶与旅游、茶馆文化、茶叶展览、茶文化发展等内容。	1.能充分理解并表述我国茶文化的内涵及茶文化发展历史。 2.能熟练识别六大茶类和鉴别主要名优茶。 3.掌握茶叶冲泡中选具和择水、茶叶准备及泡茶三要素控制的技能。 4.能讲解茶叶的品评要点、学会茶叶的贮藏保管。 5.能记住有名的茶诗词，学会创作茶诗词。 6.能讲解茶叶中主要化学成分对茶叶加工、品质的影响以及主要化学成分的医疗保健功效。 7.掌握擂茶的制作方法、宋代点茶的方法以及各种茶文化元素的应用。	1.具有学习中国传统文化的学习兴趣和热情。 2.具有良好的人文素养和气质。 3.具有团队合作创新意识。 4.具有吃苦耐劳的精神。 5.具有强烈的民族自豪感。 6.具有良好的身体素质和心理素质。

三、课程内容与要求

序号	工作任务模块	课程内容	要求	活动设计
1	茶文化概述	1、茶文化的内涵 文化、广义的茶文化、狭义的茶文化、茶文化的内容 2、茶文化的特点 民族性、社会性、区域性、群众性、广泛性 3、茶文化的社会功能 稳定和谐功能、健康休闲功能、廉政教育功能、审美欣赏功能	1、掌握茶文化的概念 2、了解茶文化的特点和功能 3、知道茶文化的主要内容	1、通过视频、图片等方式了解 2、案例分析：不同地区或时期茶文化呈现的一些具体特征
2	中国茶文化史	1、茶的起源 茶字含义、我国是茶叶的祖国、茶种茶属及野生大茶树 2 、“茶”字、“茶”音及其演变 古代茶字的写法、我国各地区茶的发音、国外茶字的发音 3、饮茶起源及茶文化发展 茶叶从食用、药用到饮用的演变 中国茶文化的形成和发展 4、中国茶的传播 传入日本、印度、斯里兰卡、朝鲜半岛、苏联、东南亚、非洲、美洲	1、掌握古代茶字的主要写法 2、知道为什么我国西南地区是茶的发源地 3、了解茶的起源 4、掌握我国饮茶起源与发展 5、了解中国茶文化的形成和发展 6、知道中国茶叶如何传播	1、通过视频、图片等方式了解中国茶文化发展史 2、课堂讨论：分小组完成任务，有关中国茶的传播整理一条清晰完整的思路并进行讲解
3	茶叶分类知识	1、我国茶区的分布 我国四大茶区及边界、产茶县、面积、产量等 2、我国茶叶产销状况 生产、销售情况 3、茶叶分类及花色品种 六大基本茶类、茶叶分类的依据、茶叶分类的方法、再加工茶类 4、名茶欣赏 西湖龙井、黄山毛峰、铁观音、碧螺春、君山银针、祁门红茶、武夷岩茶等	1、掌握我国四大茶区及面积产量等 2、熟悉当前我国茶叶产销状况 3、掌握六大茶类及分类的依据 4、了解我国主要名茶的种类	1、通过视频、图片等方式了解相关知识 2、通过茶叶样品展示使学生掌握各类茶的外形特征 3、通过让学生品饮，初步体验六大茶类的滋味

4	茶与健康	1、茶叶中的主要化学成分 茶多酚、茶氨酸、咖啡碱等特征性成份、与茶叶品质有关的十一大类化学成分 2、茶的药用成分与营养成分 3、茶叶的药理保健功能 古藉论茶、近代论述 茶叶的主要生理和药理功效 4、科学饮茶 合理选茶、科学冲泡和品饮	1、熟练茶叶中的化学成分 2、掌握茶叶中特征性的化学成分 3、掌握茶叶的主要保健功效 4、了解我国古代书籍所记载的茶叶功效 5、掌握科学饮茶方法	通过视频、图片、研究资料、小组讨论等方式了解茶与健康知识
5	茶与社会	1、茶政与茶法 茶税、茶法、茶马交易、贡茶制度 2、茶与宗教哲学 茶文化与儒家思想、茶与佛教、茶与道家思想 3、中华茶文化的核心—茶道 4、茶馆文化 茶馆文化的沿革、现代茶馆经营特色、现代茶馆的功能演变、特色茶馆 5、茶与旅游 茶文化旅游特性、茶文化旅游资源、茶文化旅游的开发要求	1、了解我国古代主要茶叶制度 2、掌握我国的茶道核心思想 3、了解茶与宗教的关系 4、掌握我国茶道的演变 5、了解我国茶馆文化 6、熟悉茶与旅游的关系	1、通过视频、图片等方式了解茶与社会知识 2、通过案例分析使学生加深对茶馆文化、茶与旅游的理解 3、学生分小组进行讨论，整理一条特色茶旅路线并进行情景模拟
6	茶叶冲泡艺术	1、茶具的选配 茶具的历史与演变、茶具的种类与选用、紫砂壶的鉴赏 2、泡茶用水 古代论水及水品、山泉水、江河湖水、雨水、雪水、井水、自来水等 3、茶叶准备 茶叶的种类、茶叶的形状、茶叶的储藏保管 4、泡茶的三要素 泡茶水温、茶水比、冲泡时间与次数	1、掌握茶具选配的技能 2、掌握泡茶用水的选择 3、熟练茶叶的品种及特性 4、掌握盖碗冲泡方法及泡茶的三要素	1、通过视频、图片等方式了解茶具选配和泡茶用水知识 2.通过进行不同水温、不同冲泡时间、不同茶水比例冲泡演示及实操，使学生掌握泡茶三要素

7	茶叶品饮艺术	1、茶叶的鉴赏及品评要素 茶叶的外形鉴赏（形状、颜色、净度、匀整度、光泽度）、茶叶的内质品味（香气、滋味）、叶底 2、茶叶审评的基本方法及操作 3、品茗环境 古人论品茗环境、茶室环境、如何营造品茗环境	1、掌握茶叶的色香味形品质特点 2、学会外形的鉴赏和内质的品味了解六大茶类的品质特点 3、学会使用茶叶审评用具及方法 4、了解品茗环境的要求	四人一组进行茶叶品评实训，使学生初步掌握茶叶审评方法及不同茶类的品质特点
8	茶与文学艺术	1、茶书解析 2、茶与诗词 3、茶与小说 4、茶与辞赋、散文 5、茶与对联、谚语 6、茶与绘画 7、茶与歌舞 8、茶与典故	1、能背诵几首著名茶诗 2、了解描写茶的小说、散文 3、掌握有名的茶对联和谚语 4、了解茶歌舞与绘画 5、学会一些茶的典故 6、掌握《茶经》的主要内容	1、通过视频、图片等方式了解茶与文学艺术知识 2、进行主题说茶的实操
9	我国的饮茶习俗	1、茶与婚俗、祭祀等 我国古代茶与婚俗、茶与祭祀、茶禅一味、吃茶去 2、汉族的饮茶习俗 江浙地区的清饮习俗、华北花茶的饮用、闽粤人玩潮汕功夫啜乌龙茶、港澳地区的普洱茶、四川盖碗茶、广州早茶 3、北方少数民族的茶俗 蒙古奶茶、回族八宝茶、藏族酥油茶、维吾尔族香茶等 4、南方少数民族的茶俗 苗族油茶汤、侗族打油茶、白族三道茶、土家族擂茶、景颇族掩茶、佤族苦茶、傣族竹筒茶、纳西族龙虎斗和盐茶等	1、了解茶与婚俗、祭祀的关系，掌握禅茶的内涵 2、掌握汉族的主要饮茶习俗 3、掌握藏族、蒙古族、维族的饮茶习俗 4、掌握白族、土家族、傣族的饮茶习俗 5、了解其他少数民族的饮茶习俗 6、学会制作擂茶	1、通过视频、图片等方式了解我国饮茶习俗 2、通过案例讲解、分析了解我国不同民族、不同地域的饮茶习俗 3、通过学生实操训练，学会制作擂茶
10	国外茶文化	1、亚洲茶文化 2、欧美茶文化 3、非洲茶文化。 4、中东地区茶文化。 5、南美及大洋洲茶文化	1、掌握日本茶道的流程和精神 2、掌握日本茶道中的点茶方法 3、能够布置英式下午茶	1、通过视频、图片等方式了解国外饮茶习俗 2、体验并掌握点茶方法

11	茶文化的发展与创新	1、茶会茶展 2、茶叶深加工及茶食品的发展。	1、掌握无我茶的精神和流程 2、了解常见的茶叶深加工产品	1、通过视频、图片等方式了解茶会茶展 2、课堂展示：小组搜集常见茶叶深加工产品资料并讲解

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）作业、实操及测验（30%）

其中:茶叶识别(15%),茶具分类与组合(10%),品茗用水与泡茶三要素(15%),茶叶品饮（10%），茶诗创作（20%)、茶旅路线创作（10%)、主题说茶（20%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考试方法，考试时间 90 分钟。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第一学期开设。教学学时分配建议如下表所示。

教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	茶文化概述	2		2
2	中国茶文化史	3	1	4
3	茶叶分类	2	2	4
4	茶与健康	2		2
5	茶与社会	2	2	4

6	茶叶冲泡艺术	3	3	6
7	茶叶品饮艺术	2	2	4
8	茶与文学艺术	6	4	10
9	我国的饮茶习俗	4	2	6
10	国外茶文化	2	2	4
11	茶文化的发展与创新	2		2
合计		30	18	48

2、教学建议

（1）教学方法主要采用校内多媒体教学、课堂情景模拟、讲授法、演示法、引导自学法、视频教学法、小组合作实操法等。做到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。结合校企合作的校外实践单位提供的案例资源和参观机会，加深学生对理论知识的理解和增强学生学习的体验感。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组合作讨论、操作，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

教材及参考书	书名	编者	出版社	版本
教材	中华茶文化	张凌云	中国轻工业出版社	2016 年
参考资料	茶文化学	刘勤晋	中国农业出版社	2014 年
	茶学概论	周巨根	中国中医药出版社	2015 年
	中华茶文化	黄志根	浙江大学出版社	2000 年
	茶文化与茶艺	王莎莎	北京大学出版社	2015 年
	中国世界茶文化	张忠良	时事出版社	2016 年

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶文化教室完成

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真

教学情境。

六、课程团队

本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南一品仙茶叶有限公司、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发，由罗玲娜老师担任本课程负责人并执笔撰写，茶艺与茶叶营销专业教研室主任廖伟副教授初审，湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长二审，最终由茶艺与茶叶营销专业教学指导委员会审定。由湖南一品仙茶叶有限公司邓鹏经理、湖南一品仙茶叶有限公司禹明穗茶艺师、湖南省唐羽茶业有限公司刘丽华副总经理、湖南省唐羽茶业有限公司唐盼茶艺师、湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长、湖南商务职院技术学院经贸学院谢虎军副院长组成本课程教学团队。

2019 年 7 月 23 日

财务管理专业

1.《Excel 在财务管理中的应用》课程教学标准

课程代码：0305048

课程名称：Excel 在财务管理中的应用

课程类别：理论+实践课

总学时：48 学时　　理论学时：24 学时　　实践学时：24 学时

学　　分：3 学分

适用专业：财务管理专业

预修课程：财务管理基础、计算机应用

开课部门：会计学院

一、课程性质

《Excel 在财务管理中的应用》是财务管理专业开设的一门专业技能课程。其教学目标就是让学生掌握用 Excel 软件快速进行财务决策分析的技能，培养学生具备较好的企业财务管理数据实践操作和分析的能力。课程开设的对象为三年级上学期的学生，该课程之后只开设了毕业设计和毕业实习项目。《Excel 在财务管理中的应用》课程位于财务管理专业核心课程模块。

通过该课程的学习，学生一步掌握 Excel 的数据处理功能，借助 Excel 处理财务管理过程中涉及的财务数据，提高财务决策的效率。学生通过计算机操作掌握利用 Excel 进行财务管理决策的技巧，并在学习过程中进一步加深对企业财务管理信息系统的认识，从而为企业培养既精通财务管理专业知识又精通计算机及财务数据处理技术的复合型人才，与学生就业后实践操作能力挂钩。

本课程前导课程有《财务管理基础》、《计算机应用》等，后续课程：《预算管理》、《投融资管理》、《财务管理综合实训》等。

二、课程目标

（一）总体目标

《Excel 在财务管理中的应用》课程总体目标是通过本课程学习，让学生灵活应用 Excel 软件提高数据处理的及时性和正确性，培养学生具备应用 Excel 进行财务管理决策的基本操作技能。

本课程的基本要求是：本课程以工作任务为中心，用案例形式，采用项目化、任务驱动式教学，培养学生利用 Excel 进行财务管理决策的技巧，加深对计算机财务管理信息系统的认识，培养财务管理专业知识与计算机财务数据处理技术的综合运用能力。

（二）具体目标

根据高职会计专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1．知识目标

（1）掌握 Excel 在会计电算化财务链中的应用

（2）掌握用 Excel 快速分析货币时间价值相关问题的方法

（3）掌握用 Excel 快速分析筹资管理相关问题的方法

（4）掌握用 Excel 快速分析项目投资相关问题的方法

（5）掌握用 Excel 快速分析证券投资相关问题的方法

（6）掌握用 Excel 快速分析流动资产管理相关问题的方法

（7）掌握用 Excel 快速分析利润管理关问题的方法

（8）掌握用 Excel 快速进行财务分析的方法

2．能力目标

（1）培养学生熟练使用 Excel 解决电算化财务链中相关问题的能力；

（2）使学生具有在财务管理实际中运用 Excel 解决问题的能力。

（3）通过实际操作，不断尝试和体验操作过程，培养学生的总结和归纳的能力；

（4）通过完成各类项目任务，培养学生的自我学习和实际操作的能力

3．素质目标

（1）具备一定的逻辑思维能力、管理决策能力、沟通协调能力、应变能力以及抗失败的心理素质；

（2）具有良好的心理素质与身体素质；

（3）具备严谨、细致、认真、耐心、坚韧不拔的品质；

（4）具备社会主义核心价值观和社会主义制度优越感，有较强的社会责任意识与集体意识，能够做到遵纪守法，熟悉各项财经法律法规；

（5）具备良好的会计职业道德素养，在日常工作中能够做到爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则。

三、课程内容与要求

《Excel 在财务管理中的应用》在高职三年教学中建议利用 OFFICE 软件中的 Excel 软件进行教学，版本至少为 2013 及以上。本课程是让学生灵活应用 Excel 软件提高数据处理的及时性和正确性，培养学生具备应用 Excel 进行财务管理决策的基本操作技能为目标，以会企业财务管理决策工作中的实际教学案例为主线，以项目为载体，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展项目教学活动。教学内容包括 Excel 的数据处理功能，借助 Excel 处理财务管理过程中涉及的财务数据，提高财务决策的效率。使学生具备本专业的技术技能型人才所必需的用 Excel 进行财务管理建模基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	Excel 在会计电算化财务链中的应用	8	① Excel 在账务处理中的应用； ② Excel 在薪资管理中的应用。 ③ Excel 在固定资产中的应用。	知识： ① 掌握用 Excel 进行微小企业账务处理的过程； ② 掌握用 Excel 进行普通企业薪资管理过程； ③ 掌握用 Excel 进行普通企业固定资产管理的过程。 技能： ① 能用 Excel 进行微小企业账务处理实务； ② 能用 Excel 进行普通企业薪资管理实务；	① 通过对企业成立之初用 Excel 进行做账的情境，进行微小企业如何用 Excel 进行账务处理中的教学。 ② 通过企业用 Excel 进行薪资管理的情境，进行中小企业如何用 Excel 进行薪资管理的教学。 ③ 通过对企业用 Excel 进行固定资产管理的情境，进行中小企业如何用 Excel 进行固定资产管理的教学。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；

				③ 能用 Excel 进行普通企业固定资产管理实务。		
2	Excel 在货币时间价值计算中的应用	8	① Excel 现值和终值函数； ② Excel 年金、利率、期数、利息、本金函数。 ③ Excel 在货币时间价值中的综合应用。	知识： ① 货币时间价值的基本知识； ② Excel 计算终值、现值过程； ③ 用 Excel 计算年金终值和年金现值、利率、期数、利息、本金等财务数据的过程； ④ 用 Excel 进行货币时间价值综合应用的建模过程。 技能： ⑤ 能利用 Excel 计算终值、现值的操作； ⑥ 能利用 Excel 计算年金终值和年金现值、利率、期数、利息、本金等财务数据的操作； ⑦ 能利用 Excel 进行货币时间价值的综合应用。	通过设置企业的员工购买保险、购房、贷款、投资、分期购物等日常生活情境，引导学生通过财务函数进行个人日常理财方面的财务信息的计算。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；
3	Excel 在筹资管理中的应用	4	① Excel 进行企业资金需求量预测； ② Excel 进行企业筹资成本分析； ③ Excel 进行企业杠杆作用分析；	知识： ① 掌握利用 Excel 进行企业资金需求量预测的建模过程； ② 掌握利用 Excel 进行企业筹资成本分析的建模过程； ③ 掌握利用 Excel 进行企业杠杆作用分析建模过程；	① 通过对企业进行资金预测为情境，用 Excel 进行资金预测； ② 通过设置企业司进行资本成本和边际资本表计算的教学情境，教授学生用 Excel 进行个别资本成本、综合资本成本	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；

			④ Excel 进行企业最优资本结构确定。	④ 掌握利用 Excel 进行企业最优资本结构建模的过程。 技能： ① 能用 Excel 进行企业资金需求量预测； ② 能用 Excel 进行企业筹资成本分析； ③ 能用 Excel 进行企业杠杆作用分析； ④ 能用 Excel 进行企业最优资本结构确定。	及边际资本成本的计算； ③ 以企业为情境主体教授学生用 Excel 进行企业杠杆系数的计算；最优资本结构的计算。	
4	Excel 在项目投资中的应用	14	① Excel 进行现金净流量的分析、进行动态决策指标的计算 ② Excel 进行独立方案和互斥方案的决策 ③ Excel 进行固定资产更新决策的计算	知识： ① 掌握利用Excel进行投资决策指标的计算、进行现金净流量分析的过程； ② 掌握独立方案和互斥方案的评价指标。 ③ 掌握利用 Excel 进行固定资产更新决策分析的建模过程。 技能： ① 能用 Excel 进行投资决策指标的计算、进行现金净流量的分析的能力； ② 能用 Excel 进行独立方案和互斥方案的评价指标计算的能	创设企业投资生产线、销售部、替换设备等真实情境，教授学生如何用 Excel 对宝东农牧企业进行项目投资决策。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；

				力。 ③ 能用 Excel 进行固定资产更新决策的分析的能力。		
5	Excel 在证券投资分析中的应用	8	① Excel 进行债券投资分析； ② Excel 进行股票投资分析； ③ Excel 进行证券投资组合分析。	知识： ① Excel 进行债券价值及收益率的计算的公式； ② Excel 设计不同类型股票的估价模型及收益率计算步骤； ③ Excel 进行投资组合是否有效的判断公式和图表绘制； 技能： ① 能用 Excel 进行债券价值及收益率的计算； ② 能用 Excel 设计不同类型股票的估价模型及收益率计算； ③ 能用 Excel 进行投资组合是否有效的判断；	创设企业投资不同估价模型的股票、债券和证券投资组合的情境，教授学生如何用 Excel 进行债券投资实务、股票投资实务以及证券投资组合实务。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；
6	Excel 在流动资产管理中的应用	8	① Excel 进行企业现金的管理； ② Excel 进行企业应收账款的管理； ③ Excel 进行企	知识： ① 掌握利用 Excel 建立现金决策模型的方法； ② 掌握利用 Excel 建立应收账款各种决策模型； ③ 掌握利用 Excel 建立存货管理模型。	创设某企业对企业的现金的管理、应收账款的管理、存货的管理情境，用 Excel 进行企业流动资产管理实务教学。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；

			业存货的管理	技能： ④ 能用 Excel 建立现金决策模型的能力； ⑤ 能用 Excel 进行应收账款各种决策的能力； ⑥ 能用Excel进行存货管理的能力。		
7	Excel 在利润管理中的应用	12	① Excel 进行企业目标利润的预测； ② Excel 进行企业利润管理。	知识： ① 用Excel进行比率预测法和量本利预测法预测企业利润的思路与步骤； ② 用Excel设计利润模型对利润进行管理的思路与步骤。 技能： ② 能够用 Excel 进行比率预测法和量本利预测法预测企业利润； ③ 能够用 Excel 设计利润模型对利润进行管理。用 Excel 进行比率预测法和量本利预测法预测企业利润； ④ 能够用 Excel 设计利润模型对利润进行管理。	① 创设某企业对企业的利润进行预测和管理的情境，教授学生如何用 Excel 进行企业利润预测和管理	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；
8	Excel 在财务分析中的应用	6	① Excel 进行企业财务指标分析； ② Excel 进行企业综合分析。	知识： ① 掌握用 Excel 建立财务指标计算模型，进行财务分析的思路与步骤； ② 掌握用 Excel 建立企业的杜邦分析模型和沃尔比重分析模型	⑤ 创设某企业对企业资产负债表和利润表进行分析的情境，教授学生如何用 Excel 进行企业财务指标分析和综合分析	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；

				的思路与步骤； 技能： ① 能够用 Excel 建立财务指标计算模型，进行财务分析； ② 能够用 Excel 建立企业的杜邦分析模型和沃尔比重分析模型。		

四、课程考核

（一）成绩构成

课程采用了“多元化”过程考核模式，保证学生理论基础扎实的情况下突出学生操作技能的考核。考核主体多元化，包括任课教师和学生；考核方式多元化，评价方式包括：考勤评价、小组互评、作业评价、教师评价、测试评价。

课程考核重在强化过程性考核，用过程的演练与环节的达标测试强化实操结果，旨在考核学生的实践动手能力。

《Excel 在财务管理中的应用》课程为考试课。课程的总成绩分值分配如下：多维度的过程性评价即平时成绩(在线成绩)占 50%、终结性评价即期末上机考试成绩占 50%、如下图 1 所示：

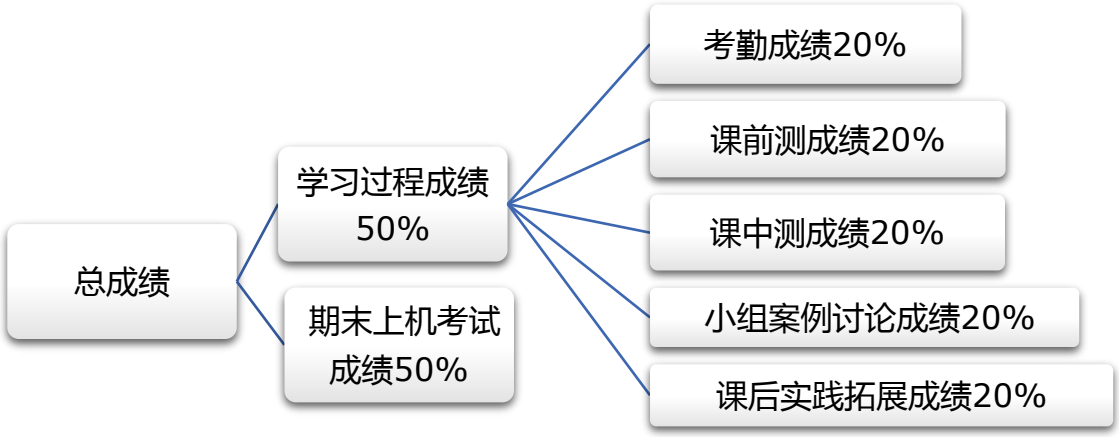


图 1　多元考核模式

总成绩=学习过程成绩 50%+期末上机考试成绩 50%

1．学习过程成绩

学习过程成绩=30 次课的学习过程成绩加权平均（28 次新课，1 次期末复习，1 次期中复习）

每 1 次课学习过程成绩=当次课微课预习成绩 20%+课前测课成绩+课中测成绩 20%+小组案例分析环节互评、自评成绩 20%+课后实践拓展成绩 20%+考勤成绩 20%组成

2．期末上机考试成绩

采用上机操作考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为机试。

（二）考核内容

考试内容选取与模块设置充分考虑本课程的培养目标、核心技能以及课程的教学实施手段，贯彻了本课程以培养技能为核心，以“综合应用型”教学为基准，以实践与理论的融合为模式的思想与策略。考核内容设计如下：考核中以一个工业企业或商品流通企业的日常业务处理和财务管理业务处理能力为考核任务，使用 Excel 进行总账管理、薪资管理、固定资

产、货币时间价值原理应用、筹融资管理、流动资产管理、利润管理以及报表分析等操作，完成特定企业日常业务及财务管理工作；试题考核涉及所有章节模块。考核具体内容如下：

1．Excel 在会计电算化财务链中的应用

考核 Excel 在账务处理中的应用、在薪资管理中的应用以及在固定资产中的应用。

2．Excel 在货币时间价值计算中的应用

考核 Excel 现值和终值函数的使用、年金、利率、期数、利息、本金函数的使用及其他综合应用。

3．Excel 在筹资管理中的应用

考核 Excel 进行企业资金需求量预测、进行企业筹资成本分析、进行企业杠杆作用分析、进行企业最优资本结构确定。

4．Excel 在项目投资中的应用

考核 Excel 进行现金净流量的分析、进行动态决策指标的计算、进行独立方案和互斥方案的决策、进行固定资产更新决策的计算。

5．Excel 在证券投资分析中的应用

考核 Excel 进行债券投资分析、股票投资分析、证券投资组合分析。

6．Excel 在流动资产管理中的应用

考核用 Excel 进行企业现金的管理、企业应收账款的管理、企业存货的管理。

7．Excel 在利润管理中的应用

考核如何用 Excel 进行企业目标利润的预测、进行企业利润管理。

8．Excel 在财务分析中的应用

考核如何用 Excel 进行企业财务指标分析、进行企业综合分析。

（三）考核方案

1．考核要求

（1）技能要求

课程结束后能够利用 Excel 进行总账管理、薪资管理管理、固定资产管理、货币时间价值原理应用、筹融资管理、流动资产管理、利润管理以及报表分析等操作，高效完成特定企业日常业务及财务管理工作。

（2）操作规范及职业素养要求

符合企业会计工作的基本素质要求(认真、细致、客观、整洁、谨慎、耐心)。能事前做好准备工作，能按要求正确使用计算机和财务软件、每次上机及考核时都能保持工作台面清洁、及时清扫废弃杂物等。

2．考核标准及方式：期末考试进行上机实践技能考核

考核方式：本课程是一门实践性很强的专业课，采用实践重于理论的考核方法，充分采用现代化教学手段，培养学生的实践动手能力。本课程考核方法采用百分制，包括过程性考

核和终结性评价两部分。过程考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行，过程性考核占 50%；终结性评价即期末上机考试，占 50％。考试题目注重理论与实践一体化评价，适当增加实践性教学内容的考核比重。本课程考核以上机操作为主。

3．考核实施条件

表 2 课程考核实施条件一览表

项目	名称	数量	单位	规格	备注
场地	会计电算化机房	1	间	55 座	
设备	电脑 OFFOCE 办公软件	55 55	台 套		55 人/间机房
工具	不需要				

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

表 3　教学学时分配表

模块编号	教　学　模　块	授　课	实　践	合　计
1	Excel 在会计电算化财务链中的应用	4	4	8
2	Excel 在货币时间价值计算中的应用	6	6	12
3	Excel 在筹资管理中的应用	2	2	4
4	Excel 在项目投资中的应用	2	2	4
5	Excel 在证券投资分析中的应用	3	3	6
6	Excel 在流动资产管理中的应用	3	3	6
7	Excel 在利润管理中的应用	2	2	4
8	Excel 在财务分析中的应用	2	2	4
	学时总计	24	24	48

（二）教学建议

1．软硬件条件

该课程的实训场地主要是会计电算化实训室，也可在教室结合教学内容进行。同时，实训场地或教室要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

为使会课程实训与企业真实环境相似，需准备下列实训设施：多媒体教学设备，主要包括指导教师用计算机一台，液晶投影仪一台，服务器一台，学生机 55 台，局域网架构，交

换机 4 台，千兆或百兆网速。每台电脑主要的软件包括 OFFICE 软件一套，多媒体教学软件一套，杀毒软件一套。

2．师资条件

（1）课程负责人：

课程负责人应该熟悉 Excel 软件的操作以及熟悉企业财务管理理论知识和会计业务的基本处理流程，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，具有高级职称（或高级职业资格）的“双师”素质教师。

（2）主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有 Excel 进行企业数据业务处理经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备计算机应用能力及会计学知识体系的专业知识；有丰富的企业财务软件操作工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

（3）教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有中等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），在会计核算方面有较强的实践能力，能熟练操作 Excel 软件。

（三）教学评价建议

对于《Excel 在财务管理中的应用》这门课程，应根据培养学生用 Excel 软件解决企业财务管理问题的应用能力这一主线，设置基本技能训练、专项技能训练和综合技术应用能力训练来形成实践教育教学的框架。理论教学以“够用”为原则，强调理论对实践的指导作用。

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“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生综合素质和职业能力培养，激发学生学习知识和学习技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力。

2．坚持仿真式教学，在计算机上实现仿真训练，训练内容、操作界面与实际应用保持一致，实现课堂学习与实际应用零距离对接，学生从事实际工作时不会有陌生感。应选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合。

3．教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。要不断改革教学方法和手段，注重以工作岗位任务引领型案例或项目教学，融“教、学、做”为一体，积极探索任

务驱动、一体化教学、案例教学等多种教学方法，采取小组活动、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综合职业能力。

4．教学或考试案例中的“容错”技巧的利用。通用软件将大多数开发精力投入在操作警示与错误纠正功能中，如果按照完全正确的路径运行一个软件，那么，操作者所接触的软件内在功能将是非常有限的。由此，本课程教学中允许设置出错与纠错。在此过程中做法是：一是让部分基础好、速度快的同学提前对后续课堂内容作探索性操作，允许出错并在后续讲解时有目的例举其所犯的典型错误，传授纠正错误方法，探讨避免出错的技巧。二是在模拟资料中植入一些非原则性的错误，让学生在操作实践中通过软件反应或异常结果发现错误，并更正错误。犯错与纠错的过程全面提升了学生对通用软件的驾驭能力。

（四）教材及参考资料建议

1．教学资料选取原则

《Excel 在财务管理中的应用》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的最新准则制度规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是高职高专“十二五”规划教材，选用教材原则以理论与实践结合为主要手段的相关教材，以岗位能力培养为核心。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于该课程有前导课程，因此，教材的内容在注重 Excel 在财务管理实际操作技能训练的同时，还应把现有企业常用企业数据分析案例融入教材，以便教材内容更加贴近企业财务管理操作的实际。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

（1）《Excel 在财务管理中的应用》立信会计出版社、刘捷萍主编；

（2）《Excel 在财务管理中的应用（第四版）》东北财经大学出版社、周丽媛主编

4．其他资源

会计电算化机房、财务软件、教学课件、教学挂图、教学视频、来自企业行业的制度与管理规范、财务案例等企业生产软资源等。

六、说明

1. 本课程标准由财务管理专业《Excel 在财务管理中的应用》课程专业教学团队开发。

2. 本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3. 执笔（课程负责人）：

4. 初审（教研室主任或 专业带头人）：

5. 二审（二级学院、教学部负责人）：

6、三审专业建设委员会：

日期：2020 年 7 月 18 日

2.《财务分析与业绩评价》课程教学标准

课程代码：0101067

课程名称：财务分析与业绩评价

课程类别：理论+实践课

总学时：56 学时　　理论学时：40 学时　　实践学时：16 学时

学　　分：3.5 学分

适用专业：财务管理专业

预修课程：基础会计、初级会计实务、财务管理基础、纳税实务

开课部门：会计学院

一、课程性质

《财务分析与业绩评价》是财务管理等专业一门专业实践性课程，其教学目标就是让学生掌握财务分析与业绩评价的基本理论和业务技能，培养学生从事财务分析工作所必需的财务分析知识与基本技能，提升学生综合分析、评价、运用财务数据的能力。《财务分析与业绩评价》课程是财务管理专业的专业核心课程。

《财务分析与业绩评价》课程是一门理论结合实际的应用型课程，旨在培养学生的财务分析能力和提高学生业绩评价方法的掌握水平。学生通过学习,既要懂得财务分析和业绩评价的基本理论，又要熟练掌握运用业绩评价方法进行企业财务分析的技能。本课程旨在引领学生善用财务管理基础理论，学习财务分析的目的与基本方法，掌握财务报表之间的关系，针对资产负债表、利润表、现金流量表进行企业偿债能力、盈利能力、营运能力、发展能力等分析，综合性地进行企业财务状况分析和业绩评价。

本课程的作用是使学生掌握财务报表分析的步骤和方法，加深对财务报表内容的理解，学会使用财务报告信息和业绩评价方法，从而提高学生综合分析、评价、运用财务数据评估企业经营成果并对企业进行业绩评价的能力。更好地为企业的管理和决策服务。培养能服务地方经济建设的高素质技术技能型人才。

本课程前导课程有《基础会计》、《初级会计实务》、《财务管理基础》、《成本核算与管理》、《纳税实务》等。后续课程：《Excel 在财务管理中的应用》、《预算管理》、《投融资管理》、《财务管理综合实训》等。

二、课程目标

（一）总体目标

《财务分析与业绩评价》课程总体目标是通过本课程的学习，培养学生从事财务分析工作所必需的财务分析知识与基本技能，提升学生综合分析、评价、运用财务数据的能力。通

过该课程的教学，使学生掌握财务分析的目的与基本方法，掌握财务报表之间的关系，能正确对公司资产负债表、利润表、现金流量表进行偿债能力、盈利能力、营运能力、发展能力等分析；能准确掌握业绩评价的方法，对公司业绩进行合理评价。

本课程的基本要求是：本课程通过搜集公司财务数据进行案例分析，注重教学互动，引导学生学习兴趣，充分体现工学结合、任务驱动、项目导向式教学模式，利用信息化教学手段，引领学生掌握会计报表阅读、拥有综合财务分析的基本视角、思路和方法，为学生建构财务思维，并具备将其应用于企业评价、决策的能力；将知识传授、价值引领和思想政治教育有机融合，做到课程教学全过程育人。课程考核包括平时成绩考核、期末考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实的财务管理、会计理论知识和丰富的财务分析和业绩评价实践经验。

（二）具体目标

根据高职财务管理专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1．知识目标：

（1）掌握财务分析的基本内容和基本方法。

（2）掌握阅读财务报表、分析财务活动状况、评价财务绩效的方法和技巧。

- 了解资产负债表分析基本方法与基本内容，掌握偿债能力、变现能力等指标的计算与评价方法；
- 了解企业盈利结构对盈利水平的影响，熟悉企业的盈利能力、营运能力的主要分析评价指标，掌握各指标的计算与分析评价方法；
- 了解现金流量表各项目的含义，掌握现金流量的趋势分析和结构分析方法；
- 了解会计期间内影响所有者权益增减变动的原因，掌握所有者权益表的水平分析、垂直分析法；
- 掌握企业业绩评价方法，合理地对企业进行财务综合分析和业绩评价。

2．能力目标：

（1）能运用应收账款周转率、存货周转率等相对比率和相对指标对流动资产变现能力进行分析；

（2）能运用流动比率、速动比率、现金比率、营运资金周转率等相对比率进行企业短期偿债能力的分析；

（3）能利用固定资产与股本之比、流动负债与资本金之比、债务与有形资产净值之比等相对指标进行企业长期偿债能力的分析；

（4）能阅读利润表并对利润表进行项目分析及比率分析，正确评价企业的经营业绩，发现成本费用控制方面存在的问题，为进一步改进企业经营管理工作指明方向；

（5）能运用趋势分析和结构分析方法对企业的现金流动性、获取现金能力进行分析，为企业资金预算提供可靠数据；

（6）能运用经济增加值法、平衡计分法对企业进行业绩评价；

（7）综合运用财务报表分析的方法和技术，以独立或团队方式完成一家公司财务分析报告的撰写。

3．素质目标：

（1）具有严格执行会计等相关法律法规的工作态度和良好的职业道德；

（2）具有良好的心理素质与身体素质；

（3）具有团队协作精神，共同完成案例分析的基本任务；

（4）具备一定的逻辑思维能力、管理决策能力、沟通协调能力、应变能力、可持续发展能力。

（5）具备严谨、细致、认真、耐心的职业素质。

三、课程内容与要求

教学内容包括掌握财务分析的目的与基本方法，掌握财务报表之间的关系，针对资产负债表、利润表、现金流量表进行财务数据分析，包括偿债能力分析、盈利能力分析、营运能力分析、发展能力分析、业绩评价等。使学生具备本专业的技术技能型人才所必需的基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	企业财务分析认知	4	①财务报表分析的内容； ②财务报表分析的基本方法。	知识： ①了解财务分析的目的、内容； ②掌握比较分析法、比率分析法、因素分析法。 技能： ①会运用比较分析法、比率分析法、因素分析法对财务报表做简单的分析。		多媒体演示
2	资产负债表分析	10	①利用总量分析、资产结构分析、资本结构分析做出初步分析； ②分析资产负债表重点项目； ③运用短期偿债能力、长期偿债能力等指标判断企业偿债能力强弱。	知识： ①了解资产负债表的格式、结构，掌握资产负债表编制基本原则； ②领会资产负债表各项目的内涵，掌握资产负债表项目分析； ③掌握短期偿债能力、长期偿债能力等指标的计算与评价方法。 技能： ①利用总量分析、资产结构分析、资本结构分析，找出变化较大的项目作为重点分析的项目，做出	案例讨论	多媒体演示； 案例教学； 任务驱动； 角色扮演； 财务报表分析实训；

				初步分析； ②会对资产负债表现金、存货、应收账款等重点项目进行分析； ③运用短期偿债能力、长期偿债能力对企业的偿债能力进行分析； ④具有自主学习的能力。		
3	利润表分析	8	①分析收入、利润、费用总量增减变动、结构变动是否合理，找到重点分析项目； ②分析收入、费用、利润中重点项目； ③对利润表进行比率分析，分析企业的盈利能力分析和营运能力。	知识： ①了解利润表编制的基本原理，领会利润表各项目的内涵； ②掌握利润构成变动分析方法； ③掌握收入类、费用类项目分析方法； ④掌握毛利润率、营业净利率、资产净利润、存货周转率等指标的计算与评价方法。 技能： ①初步了解收入、费用、利润等总量和结构及其变动情况，分析其总量增减和结构变动是否合理，初步判断企业经营成果变动趋势，并找到需重点分析的项目； ②会对利润表中营业收入、营业成本、费用、利润等各项目进行分析，判断是否存在异常现象； ③运用比率分析的方法对所选公司利润表进行盈利能力分析和营运能力分析。	案例讨论	多媒体演示； 案例教学； 任务驱动； 角色扮演； 财务报表分析实训；
4	现金流量表分析	6	①分析现金流量结构，判断企业生命周期所在阶段； ②分析企业经营活动、投资活动、筹资活动各项目现金流量增减变	知识： ①了解现金流量分类、各项目所反映财务管理的内容； ②掌握现金流量结构分析方法；	案例讨论	多媒体演示； 案例教学； 任务驱动； 角色扮演；

			动，判断财务风险的高低； ③掌握获现能力、收益质量指标的计算及评价方法。	③掌握经营活动、投资活动、筹资活动项目分析方法； ④掌握获现能力指标、收益质量指标的计算与评价方法。		财务报表分析实训；
				技能： ①会对现金流量表进行初步分析，判断企业生命周期所在阶段； ②分析企业经营活动、投资活动、筹资活动各项目现金流量，判断企业财务风险的高低； ③会分析企业的获现能力、收益质量，评价企业股利支付能力及收益质量情况。		
5	所有者权益变动表分析	2	①分析企业所有者权益增减变动和结构变动，做出初步分析； ②分析所有者权益变动表的重点项目； ③掌握股本盈利能力、资本保值增值率、所有者财富增长率的计算及评价方法。	知识： ①了解所有者权益变动表编制的基本原理，领会所有者权益变动表各项目的内涵； ②掌握企业所有者权益增减变动和结构变动的分析方法； ③掌握所有者权益项目的分析方法； ④掌握股本盈利能力、资本保值增值率、所有者财富增长率的计算及评价方法。	案例讨论	多媒体演示； 案例教学； 任务驱动； 角色扮演； 财务报表分析实训；
				技能： ①分析企业所有者权益增减变动和结构变动，判断是否体现了企业的生产经营实际，是否符合企业的生产经营战略； ②会对所有者权益变动表的重点项目进行分析和评价； ③利用比率分析法评价企业自有资本的质量，判		

				断企业风险承担能力。		
6	财务报表的综合分析与评价	8	①杜邦财务分析； ②沃尔评分法。	知识： ①掌握杜邦分析体系基本框架、核心公式，了解资产净利率反映经营战略，权益乘数反映的财务政策； ②掌握沃尔评分的方法。 技能： ①会利用因素分析法对权益净利率进行分解，初步判断企业采用的经营战略和财务政策； ②会运用杜邦财务分析体系综合分析与评价企业盈利能力和股东权益回报水平； ③运用沃尔评分法，对企业的信用水平做出评价。	案例讨论	多媒体演示； 案例教学； 任务驱动； 角色扮演； 财务报表综合分析实训；
7	业绩考核与评价	6	①经济增加值 ④平衡记分卡	知识： ①了解企业业绩考核与评价的要求 ②了解经济增加值评价方法 ③了解平衡记分卡评价方法 技能： ①会运用基于经济增加值的考核评价方法 ②会运用平衡记分卡评价方法	案例讨论	多媒体演示； 案例教学； 任务驱动； 角色扮演； 业绩评价实训；

8	财务报表分析报告撰写	6	①认知财务报表分析报告； ②撰写财务报表分析报告。	知识： ①了解财务报表分析报告的作用、类型、主要内容； ②理解财务分析报告的结构和写作方法； ③理解财务分析报告写作应注意的问题； 技能： ①会通过现代媒体等手段收集企业报表分析所需资料； ②会运用财务分析方法，组队完成某公司的财务分析。	案例讨论	多媒体演示； 案例教学； 任务驱动； 角色扮演； 财务报表分析报告实训；
9	财务报表信息质量识别	2	①了解财务报表的粉饰与危害； ②财务报表粉饰的识别。	知识： ①了解虚假财务报表的常见类型； ②了解粉饰财务报表的主要手法； 技能： ①能初步识别虚假财务报表。		多媒体演示
10	企业财务状况质量的综合分析	2	①主要报表的初步分析； ②报表重点项目分析； ③基本财务比率分析； ④总体财务状态评价。	知识目标： ①掌握对资产负债表、利润表、现金流量的初步分析； ②掌握存货、应收账款、经营现金净流量等重点项目分析方法； ③掌握偿债能力、变现能力、盈利能力、发展能力等指标的计算与分析。 技能： ①能对企业财务状况质量进行初步综合分析。		多媒体演示； 财务状况质量的综合分析实训；

四、课程考核

（一）成绩构成

本课程是一门“理论+实践”的专业核心课程，考核方式为考试。

课程考核包括平时成绩考核和期末考核两部分，总分为 100 分：

1、平时成绩考核占 30 分

平时成绩考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、实训活动、实训报告撰写等方面进行；

2、期末考核成绩占 70 分

表 2　课程考核分类、内容及比重一览表

考核分类	比例	考核内容
平时成绩考核	30%	课堂出勤与纪律及学习态度 10%、基本操作技能（5%）、实训报告撰写（15%）
期末考核	70%	期末理论考核

（二）考核内容

考试内容选取充分考虑本课程的培养目标、核心技能以及课程的教学实施手段。考试内容包括：

1.企业财务分析认知

财务分析的目的、作用、内容；财务分析常用的分析方法，如比较分析法、比率分析法、因素分析法等。

2.资产负债表分析

资产负债表编制方法；运用总量分析、资产结构分析、资本结构分析判断资产负债表的重点分析项目；短期偿债能力、长期偿债能力的计算和运用。

3.利润表分析

利润表编制方法及利润表各项目的内涵；分析收入、利润、费用总量增减变动、结构变动是否合理，找到重点分析项目；分析收入、费用、利润中重点项目；分析企业的盈利能力分析和营运能力。

4.现金流量表分析

现金流量分类、各项目所反映财务管理的内容；现金流量结构分析方法；经营活动、投资活动、筹资活动项目分析方法；企业获现能力指标、收益质量指标的计算与评价方法。

5.所有者权益变动表分析

企业所有者权益增减变动和结构变动的分析方法；所有者权益重点项目的分析方法；股本盈利能力、资本保值增值率、所有者财富增长率的计算及评价方法。

6.财务报表的综合分析与评价

财务报表分析报告的作用、类型、主要内容；杜邦分析体系基本框架、核心公式（权益

净利率、资产净利率、权益乘数、营业净利率、总资产周转次数）；沃尔评分法（偿债能力、营运能力、盈利能力、发展能力）评价企业信用。

7.业绩考核与评价

经济增加值评价方法，平衡积分卡评价方法。

8.财务报表信息质量识别

虚假财务报表的常见类型；粉饰财务报表的主要手法。

（三）考核方案

1．考核要求

（1）技能要求

掌握企业财务分析的概述、掌握财务分析信息基础，能正确进行企业财务报表分析，包括正确进行企业偿债能力分析、企业盈利能力分析、企业营运能力分析、企业发展能力分析、综合财务分析、能正确运用评价方法对企业进行绩效评价等。

（2）操作规范及职业素养要求

符合企业财务管理工作的基本素质要求。

2．考核方式：本课程考核方法采用百分制，总分为100分。包括平时成绩考核和期末考核两部分。平时成绩考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行，占30%；期末考核主要是期末理论考试，闭卷，占70%。考试题目注重理论与实践一体化评价。

3．考核实施条件

表3　课程考核实施条件一览表

项目	名称	数量	单位	规格	备注
场地	教室	1	间	30座	
工具	试卷、草稿纸				

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

本课程共56学时，第四学期开设。教学学时分配建议如下表4所示。

表4　教学学时分配表

模块编号	教　学　模　块	授　课	实　践	合　计
1	企业财务分析认知	4		4
2	资产负债表分析	6	4	10
3	利润表分析	6	2	8

4	现金流量表分析	4	2	6
5	所有者权益变动表分析	2		2
6	财务报表的综合分析与评价	6	2	8
7	业绩考核与评价	4	2	6
8	财务报表分析报告撰写	4	2	6
9	财务报表信息质量识别	2		2
10	企业财务状况质量的综合分析	2		2
	机动		2	2
	学时总计	40	16	56

（二）教学建议

1．软硬件条件

财务分析与业绩评价授课教室需要配备多媒体教室，具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

2．师资条件

（1）课程负责人：

课程负责人应该熟悉财务分析工作的基本技能，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，具有本科及以上学历，具有中级以上职称。

（2）主讲教师：

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有会计理论知识和丰富的财务分析与业绩评价授课经验，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备财务管理专业相关知识；具备计算机应用能力及文字表达能力；备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

（3）教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有中等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），在财务分析方面有较强的实践能力，能熟练操作 OFFICE 办公软件。

（三）教学评价建议

对于《财务分析与业绩评价》这门课程，应根据培养财务分析和业绩评价能力这一主线，按照“浅化理论，突出应用”、“理论联系实际”的思路来设计课程教学工作。

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“必需、够用”的理论知识的同时，强化课堂实训环节，突出学生综合素质和职业能力培养，激发学生学习知识和学习技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力。

2．应选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合。

3．教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。要不断改革教学方法和手段，融“教、学、做”为一体，积极探索任务驱动、一体化教学、案例教学等多种教学方法，采取小组活动、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综合职业能力。

（四）教材及参考资料建议

1．教学资料选取原则

《财务分析与业绩评价》需采用以工作任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性；将本专业领域的最新会计准则制度规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是高职高专“十二五”规划教材，选用教材原则以企业财务分析和业绩评价工作的实践过程为中心，以财务管理岗位职业能力所需的技能模块为主的相关教材，以岗位能力培养为核心。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于《财务分析与业绩评价》课程有前导课程，因此，教材的内容在注重财务分析和业绩评价操作技能训练的同时，还应把现有企业常用分析工具融入教材，以便教材内容更加贴近财务实际工作。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

《企业财务分析（第二版)》，陈强，高等教育出版社，2019 年 8 月。

4．其他资源

（1）《财务报表分析（第四版)》，李昕编，东北财经大学出版社，2017 年。

（2）《财务报表分析》，刘翠屏、范秀旺，中国人民大学出版社，2018 年。

（3）《CEO 财务分析与决策(第 2 版)》，吴世农等编著，清华大学出版社，2013 年。

（4）《财务报表分析(第二版)》，姚文英编著，东北财经大学出版社，2017 年。

（5）《财务报表分析（第三版）》，戴欣苗编著，清华大学出版社，2017 年。

（6）《财务报表分析（第四版）》，马丁.弗里德森著，中国人民大学出版社，2016 年。

六、说明

1．本课程标准由财务管理专业《财务分析与业绩评价》课程教学团队开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4.初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2020 年 7 月 21 日

3.《成本核算与管理》课程教学标准

课程代码：0101005

课程名称：成本核算与管理

课程类别：（理论+实践）课

总学时：48 学时　　理论学时：36 学时　　实践学时：12 学时

学　　分：3 学分

适用专业：财务管理专业

预修课程：基础会计、初级会计实务、财务管理基础、计算机应用

开课部门：会计学院

一、课程性质

成本核算与管理是财务管理专业的一门重要实践性课程，是财务管理专业必不可缺少的技能性操作环节，为使学生增强对成本会计知识的理解和感性认识，提高成本会计业务的综合处理能力，掌握成本会计工作的全过程，使其毕业后也能从事成本会计工作，特开设本课程。本课程内容包括成本会计的基础理论（知晓成本会计的含义、熟悉成本核算程序等）和生产要素费用的归集与分配、产品成本计算品种法、分批法、分步法及辅助方法。本课程采用开放式教学设计，以学生为主体，倡导自主学习，学以致用，学用结合；以制造企业为业务背景，以学生为主体，实施以“教、学，做一体化”和“项目导向、任务驱动”的教学模式。

通过本课程,使学生熟悉各成本会计岗位日常工作内容和职责要求，认知企业成本核算及成本报表的编制，认知企业成本核算的内在业务逻辑关系。

二、课程目标

（一）总体目标

《成本核算与管理》课程总体目标是使学生通过本课程的学习，让学生明确制造业成本计算的基本原理和要求，培养学生成本核算岗位技能，具备成本核算与管理的职业能力。以典型工作任务和行动过程为导向的工学结合模式，通过组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生扎实掌握企业成本会计核算的基本方法，掌握成本会计岗位的业务技能并拥有更好地履行其岗位职责的能力。

本课程的基本要求是：本课程采用以典型工作任务和行动过程为导向的工学结合模式，根据企业成本核算岗位要求，采用任务驱动式与模块化教学，重点掌握成本核算知识、成本

计算方法、成本管理的基本技能。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实的成本核算与管理理论基础。

（二）具体目标

根据高职会计专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1.知识目标

（1）理解成本核算的原则，熟悉费用的分类，掌握成本核算的程序。

（2）掌握要素费用和成本项目的确定，熟练掌握各项要素费用的日常核算工作。

（3）理解基本生产和辅助生产核算对象的划分，掌握产品成本核算的各种方法。

（4）掌握成本费用相关的各项定额的制定及调整。

（5）掌握各种成本会计报表的编制和分析方法。

2.能力目标

（1）能根据企业生产特点进行成本核算程序的设计。

（2）能进行要素费用和综合费用的归集与分配，编制各种分配表。

（3）能根据企业生产实际，选择相应的成本计算方法，并正确核算产品成本。

（4）能制定成本费用的各项定额，配合管理部门进行生产绩效考核。

（5）能编制主要成本报表，并进行成本分析，参与管理部门的成本决策。

3.素质目标

（1）培养学生刻苦学习的精神， 具有严谨、细致、认真、耐心的职业素质。。

（2）培养学生具有严谨的工作作风以及创新意识，具有良好的心理素质与身体素质。

（3）培养学生具有良好的会计职业道德，爱岗敬业和团队协作精神。

（4）具备逻辑与数据思维、管理决策、沟通协调能力、应变能力、可持续发展能力。

三、课程内容与要求

本课程教学内容包括成本核算的基本原理、产品成本计算的基本方法、成本预测、成本控制、成本分析、成本效益评价和成本报表的编制。通过本课程使学生具备本专业的技术技能型湘商人才所必需的成本核算与管理的基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	总论	（1）企业成本核算的原则和要求 （2）成本的分类 （3）成本核算的账户设置 （4）成本核算的一般程序	认知成本会计，了解成本会计的基本因素。	知识： 1、了解成本核算对象的确定 2、理解成本会计的核算原则和要求 3、掌握费用的分类及其内容 4、了解产品成本核算的组织及相关会计制度 5、熟悉产品成本核算的一般程序
				技能： 1、 能协调企业生产过程中各部门有关成本核算的凭证填制、传递及交接工作 2、能确定成本核算相关账户的设置 3、能根据企业生产情况设计成本核算程序
2	要素费用的核算	（1）材料费用的归集与分配 （2）外购动力费用的归集与分配 （3）薪酬费用的归集与分配 （4）其他要素费用的归集与分配	案例分析、讨论：各种要素费用的归集与分配。	知识： 1、了解各种要素费用的特点 2、掌握各项要素费用的归集和费用方法 3、掌握产品成本项目的确定 4、了解各项要素费用相关的政策制度
				技能： 1、能根据企业生产情况设置产品成本项目 2、能完成要素费用的归集与分配 3、能确定各种要素费用归属的成本项目 4、在要素费用核算过程中能遵守相关成本制度
3	综合费用的核算	（1）辅助生产费用的归集与分配 （2）制造费用的归集与分配 （3）废品损失的归集与分配 （4）停工损失	案例分析、讨论：辅助生产费用、制造费用、废品损失、停工损失的归集与分配。	知识： 1、掌握辅助生产成本归集和分配的方法 2、 清楚辅助生产成本归集和分配方法的特点 和适用范围，并能合理选择方法 3、掌握制造费用归集和分配的具体方法，并合理选择分配方法 4、明确废品损失的含义，掌握废品损失核算 的具体方法

		的确认、归集与分配		技能： 1、 能分清辅助生产成本各分配方法的特点和 适用范围 2、能正确运用辅助生产成本的分配方法 3、能合理选择制造费用分配方法进行分配 4、能进行废品损失的核算。
4	生产费用在完工产品与在产品之间的分配	（1）在产品的数量核算 （2）生产费用的分配方法 （3）完工产品的成本结转	案例分析、讨论：完工产品与在产品成本计算。	知识： 1、了解在产品和完工产品的含义 2、 理解生产费用各种分配方法的特点和适用 范围 3、掌握生产费用各种分配方法 4、培养解决生产费用分配实际问题的能力
				技能： 1、能正确计算在产品的数量 2、 能区分各种费用分配方法的特点和适用范 围 3、能根据产品生产特点选择费用分配方法， 并进行生产费用的分配 4、能正确编制产品成本计算单
5	成本计算的基本方法	（1）产品成本计算方法的选择 （2）成本计算的品种法 （3）成本计算的分批法 （4）成本计算的分步法	案例分析、讨论：品种法、分批法、分步法的应用。	知识： 1、 了解产品生产的特点和管理要求对产品成 本计算方法的影响 2、 理解各种产品成本计算方法的特点和适用 范围 3、掌握产品成本计算的品种法 4、掌握产品成本计算的分批法 5、掌握逐步结转分步法和平行结转分步法 6、掌握综合成本还原计算的原理及方法
				技能： 1、能根据生产特点和管理要求，选择确定产品成本的计算方法 2、能按品种法完成成本核算程序的全过程 3、 能采用一般分批法和简化分批法计算产品成本 4、 能根据逐步结转分步法和平行结转分步法核算产品成本 5、 能编制产品成本还原计算表进行成本还原
6	成本计算的辅助方法	（1）成本计算的分类法 （2）联产品、副产品、等级产品的成本计	案例分析、讨论：分类法、定额法的应用、联产品、副产品、等级	知识： 1、 了解各种成本计算辅助方法的特点和适用范围 2、理解各种成本计算辅助方法的基本原理 3、掌握各种成本计算辅助方法的应用

		算 （3）成本计算的定额法	产品的成本计算。	技能： 1、 能根据企业生产的特点选择相应的成本计算的辅助方法 2、能运用分类法分配计算产品成本 3、能运用定额法计算产品成本 4、能计算联产品、主副产品、等级产品的成本
7	成本报表编制和分析	（1）成本报表编制和分析方法 （2）产品生产成本表的编制和分析 （3）主要产品单位成本表的编制和分析 （4）制造费用明细表的编制和分析 （5）期间费用明细表的编制和分析	案例分析、讨论：成本报表的编制与分析。	知识： 1、明确成本报表的编制要求 2、掌握基本成本报表的结构好编制 3、掌握基本成本报表的分析方法 4、能参与管理部门的成本决策。 技能： 1、能编制产品生产成本表 2、能编制主要产品单位成本表 3、能对基本成本报表进行分析和说明

四、课程考核

（一）成绩构成

课程考核由平时成绩、期末闭卷和实践操作三部分组成。

（二）考核内容

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算分析题

3.实践操作 40％

7 个项目：项目一:成本核算的一般程序；项目二:要素费用的核算；项目三、综合费用的核算；项目四:生产费用在完工产品与在产品之间的分配；项目五:成本计算的基本方法；项目六:成本计算的辅助方法；项目七:成本报表的编制和分析；实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65％）、学习态度（20％）、实训报告撰写（15％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

表 2　课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例％
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	1、要素费用的核算 2、综合费用的归集和分配。 3、生产费用在完工产品与在产品之间的分配。 4、产品成本计算的基本方法和辅助方法的运用 5、成本报表的编制和分析 6、职业素养的能力	学生自评、老师评价	40%
3	期末考核	单选题 多选题	闭卷考试	50%

		判断题 计算分析题		

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

表 3　教学学时分配表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	总论	2		2
2	要素费用的核算	4	2	6
3	综合费用的核算	8	2	10
4	生产费用在完工产品与在产品之间的分配	4	2	6
5	成本计算的基本方法	12	6	18
6	成本计算的辅助方法	4		4
7	成本报表的编制和分析	2		2
	合计	36	12	48

（二）教学建议

1．教学方法

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

2．师资条件

（1）课程负责人：

课程负责人应该熟悉成本会计工作的理论知识和基本业务流程，具有一定的成本核算、成本分析、成本管理能力，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在成本会计核算等领域有一定影响，具有中级职称（或中级职业资格）的“双师”素质教师。

（2）主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有成本会计教学经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备成本核算与管理的专业知识；有丰富的成本会计工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

（3）教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有中等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），在成本会计核算方面有较强的实践能力。

（三）教学评价建议

1.大力加强“双师型”教师队伍建设

双师型”教师，目前将其概括为两种：一是“双职称型”，即双师型教师教师在获得教师系列职称外还需要取得另一职称;二是“双素质型”，即教师既要具备理论教学的素质，也应具备实践教学的素质。而有的学者则将“双师型”教师的理解概括为三种：一是“双证书论”，认为具有工程师、工艺师等技术职务的人员，取得教师资格并从事职业教育教学工作的人员即为“双师型”;二是“双能力论”，认为既要能胜任理论教学，又能指导学生实践的教师，就可看做是“双师型’教师;三是“双融合论”，即既强调教师持有“双证”，又强调教师“双能力”。对于学校来说，需要有计划地派往成本会计课程教师，到相关学校企业进行以实践技能培训。学校要强力推进专业教师参加技能考核鉴定。要建立和完善“双师，教师激励机制，优先参加教材编审、教学指导等活动，优先承担教育教学科研课题。进一步完善竞聘上岗、职称评定方面的政策，不断地提高专业教师自我提高、自我培训的积极性。

2.成本会计教学方法多样化，增加实践教学

首先，可以采用融合了图像、声音、动画等的多媒体教学，一方面减少教师的教学负担，另一方面把枯燥的理论知识形象具体化，调动学生学习兴趣。第二，为了丰富教学内容，教师可以采用选择最新最热点案例教学，加强学生的兴趣培养。第三，在课堂教学方面，教师需要改变教学观念，不能一味的采用过去那种“教师讲，学生听”的教学模式，这样不能调动学生的学习兴趣，更不能培养学生的额创新精神。在课堂上，应增加学生发言机会，使学生由原来的“被动”学习转变为“主动”学习。第四，在学期期末考评方面，成本会计不仅要注重理论教学，还需要注重实践教学。应以理论考试结合实践成绩折合一定比率来计算最

终该学生的考试成绩。教师应以学习中的行为态度来考查学生的学习态度。学习态度能够体现出学生的道德素养。同时以讨论中的学生的表现，来考查其创新能力和综合运用知识的能力。

另一方面，必须强调学生课外实习环节。让学生亲身了解到企业的生产组织方式、具体生产过程和成本核算程序。这样既能够增强学生的专业责任感和使命感，还能衡量成本会计学教学效果，为进一步提高教学质量提供参考依据。

3.教学内容应不断变化

当前，对企业会计人员的要求不断提高，传统的成本会计教学内容，已经不能达到培养应用型会计人才的目标。企业制造环境的不断发生变化，会计方法和手段也在更新，这就需要学校在教学过程中,不断地丰富教学内容来适应时代发展的需要。教师在设计教学课件时，应该从整体性与全局性发展出发，联系实际合理的构建成本会计的课程体系与课程内容。在成本会计教学过程中，应该在明确理论知识的基础上，加强成本会计教学中的实践。加强对学生适应实际工作的能力和积极地创新精神。

（四）教材及参考资料建议

1.教材

《成本会计》（第七版）　　刘爱荣、杨萍主编　大连理工大学出版社

2.参考书

《成本会计》　贾莉莉　　冶金工业出版社

《成本会计》　成荣晖编　　湖南大学出版社

《新编成本会计实务》　　电子工业出版社

3.参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中华人民共和国财政部 http://www.mof.gov.cn/

会计之星 http://www.kjzx.cn/

中华会计网校　 http://www.chinaacc.com/

东奥会计在线　http://www.dongao.com/

中华财会网 www.e521.com

中国会计视野 www.esnai.com

中华财会学习网　http://www.1000ck.com/

中国财经报 http://www.cfen.com.cn/

中华会计网 http://www.kj2100.com/

4.校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）实训条件手工模拟实训室：应配有手工模拟操作台 100 座，示教台，实物投影仪，多媒体教学设备、文件柜，手工操作用的凭证，账簿、报表，会计科目章，标准工作用品，凭证装订机，会计作业流程动态显示图等手工模拟实验使用的必备用具。

（2）配备多媒体教室，将多媒体等现代化的教学手段引入课堂教学，提高课程教学的趣味性、实效性。

六、说明

1．本课程标准由成本核算与管理课程教学团队开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6、三审专业建设委员会：

日期：2020 年 7 月 20 日

4.《管理会计》课程标准

课程代码：0101038

课程名称：管理会计

课程类别：理论+实践课

总学时：48 学时　　理论学时：40 学时　　实践学时：8 学时

学　　分：3 学分

适用专业：财务管理

预修课程：基础会计、初级会计实务、成本核算与管理、财务管理基础

开课部门：会计学院

一、课程性质

本课程是财务管理专业开设的一门专业核心课程;它是一门新兴的将现代化管理与会计融为一体的综合性交叉学科。

通过本课程学习,学生了解现代管理会计学在会计学科体系中的地位和作用,掌握管理会计的基本内容和基本理论,学会如何在社会主义市场经济条件下和现代企业制度环境中，进一步加工和运用企业内部财务信息，预测经济前景、参与经营决策、规划经营方针、控制经营过程和考评责任业绩的基本程序、操作技能和基本方法。《管理会计》作为专业核心课程之一，其先修课程包括《基础会计》、《初级会计实务》、《成本核算与管理》、《财务管理基础》等课程。

二、课程目标

（一）总体目标

通过《管理会计》本课程的学习，让学生理解管理会计的基本理论、基本内容和基本方法，能够熟练运用管理会计的工具和方法解决实际工作问题。

本课程的基本要求是：本课程采用案例教学法开展教学，将理论知识与实践应用相结合，引导学生运用管理会计工具解决实际工作中的具体问题。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实的管理会计理论知识和丰富的管理会计实务实践经验。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）熟悉中西方管理会计的产生和发展历程，并充分认识到经济越发展，

管理会计越重要的含义；

（2）熟悉我国管理会计体系的内容；

（3）熟悉预算管理的含义、原则、工具方法、应用环境等基本知识；掌握预算的类型及其编制的方法；

（4）熟悉成本的概念，了解成本的不同分类；熟悉掌握成本管理领域应用的工具方法；

（5）理解本量利分析的基本原理，掌握保本点分析和目标利润管理的方法；

（6）熟悉绩效管理的原则及应用环境，掌握关键绩效指标法的计算和应用，平衡计分卡的基本原理和应用；

（7）熟悉管理会计的概念及分类，明确管理会计的目标和编制要求；

（8）熟悉责任中心划分、责任评价的方法及内部转移价格的制定。

2、能力目标

（1）能够充分认识管理会计的重要性，积极宣传和推动管理会计工作；

（2）能熟悉我国管理会计概念框架体系；

（3）能树立正确的职业道德观，为以后从事管理会计工作奠定素质基础；

（4）能够运用预算编制原理和方法，编制各种预算；

（5）能够运用成本管理领域应用的工具方法，结合企业的具体情况进行熟练地应用。

（6）能运用本量利分析的基本原理进行保本点预测和敏感程度分析；

（7）能运用绩效管理基本方法进行单位绩效管理；

（8）能正确评价经济业绩，考核责任单位实绩和成果。

3、素质目标

（1）具备一定的逻辑思维能力和管理决策能力。

（2）具备与决策者和其它相关人员沟通的能力。

（3）具备良好思想品德素质，做到崇德向善、爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则；具备良好业务素质，能做好企业管理当局的参谋。

（4）具备严谨、认真、细致、耐心的职业素养。

四、课程内容与要求

《管理会计》是一门理论性与实践性较强的课程，要求学生在理解管理会计的基本理论、基本内容和基本方法的基础上，熟练掌握管理会计的基本核算与分析方法。主要内容包括：管理会计认知、预算管理、成本管理、营运管理、绩效

管理、责任会计。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块		课程内容	要求	活动设计
1	管理会计认知	1-1 构建管理会计概念框架体系 1-2 构建管理会计职业道德体系	1.熟悉和理解西方理论、实务界对“管理会计”所作的定义； 2.掌握我国“管理会计”的定义； 3.熟悉中西方管理会计的产生和发展历程，并充分认识到经济越发展，管理会计越重要的含义； 4.熟悉我国管理会计体系建设的步骤；	1.充分认识到管理会计的重要性，积极宣传和推动管理会计工作； 2.能理会经济发展对管理会计的影响； 3.能构架管理会计概念体系，为以后从事管理会计工作提供理论保障； 4.能树立正确的职业道德观，为以后从事管理会计工作奠定素质基础。	通过案例分析、讨论、实践操作 1.通过管理会计认知学习，培养学生作为会计人员的业务素质； 2.组织“管理会计讨论”的主题讨论活动，培养学生沟通能力。
2	预算管理	2-1 预算管理认知 2-2 预算编制方法 2-3 全面预算编制	1.理解全面预算的涵义、体系、编制期及编制程序； 2.掌握企业战略目标的确定、经营预算的编制、专门决策预算的编制、财务预算的编制； 3.了解固定预算和弹性预算、增量预算与零基预算、定期预算与滚动预算等。	1.掌握销售预算、生产预算、直接材料预算、直接人工预算、制造费用预算、单位产品成本预算、销售及管理费用预算、专门决策预算，现金预算的编制； 2.预计利润表、预计资产负债表的编制。	案例分析、讨论、实践操作 1.理解预算管理的作用、培养学生的未来观，大局观。 2.熟悉各种预算的编制方法，针对不同单位的应用环境正确编制预算。

序号	工作任务模块		课程内容	要求	活动设计
3	成本管理	3-1 成本管理认知 3-2 作业成本法 3-3 标准成本法 3-4 变动成本法	1.熟悉成本的概念，了解成本的不同分类； 2.理解成本管理的概念及成本管理的基本原则； 3.熟悉成本管理领域应用的工具方法； 4.掌握常用工具方法的应用	1.熟悉成本的分类，为不同决策服务； 2.能够掌握变动成本法与完全成本法在计算单位产品成本时的区别； 3.运用作业成本法加强企业成本管理；能够区分作业成本法与传统成本法在制造费用分配时的不同处理。 4.运用标准成本法进行成本分析和核算； 5.正确分解混合成本。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过学习成本管理的概念和原则，能够理解成本管理的具体内涵； 2.通过学习成本管理领域应用的工具方法，使学生了解在不同内外部环境下可选择的成本管理工具方法。
4	营运管理	4-1 营运管理认知 4-2 本量利分析 4-3 边际分析 4-4 敏感分析	1.熟悉营运管理各个阶段管理的内容； 2.理解本量利分析的基本原理； 3.掌握保本点分析的方法； 4.掌握保本点的确定及企业经营安全程度的评价指标； 5.掌握有关因素变动对相关因素的影响； 6.掌握敏感性分析原理并能够进行保本点的敏感性分析；	1.能够掌握本量利分析的基本模型以及贡献毛益相关指标的计算。 2. 能够完成单一品种、多品种的盈亏平衡分析。 3. 能够对经营安全、保利点进行计算与分析。 4.能够运用最大最小法计算出各因素的临界值 。 5.通过各因素对利润变化的影响程度分析，能够掌握计算各因素敏感系数的方法	案例分析、讨论、实践操作 1.通过盈亏临界点的学习，设计实现税前和税后目标利润的模型，培养学生管理决策能力； 2.通过多品种本量利分析的方法，培养学生的耐性和意志力； 3. 能分析有关因素变动对利润的敏感程度。
5	绩效管理	5-1 绩效管理认知 5-2 关键绩效指标法 5-3 平衡计分卡	1.熟悉绩效管理的由来，对“绩效管理”的含义有一个全面的认识；– 2.掌握关键绩效指标法的计算和应用； 3.掌握平衡计分卡的基本原理	1.通过对关键绩效指标法的学习，能够运用财务和非财务指标对企业绩效管理的考核； 2.通过对平衡计分卡的学习，能够运用平衡计分卡进行绩效考核的设计与管理。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过对绩效管理基本知识的学习，充分认识到绩效管理对企业发展的重要意义； 2.通过对绩效评价方法的学习，培养学生正确运用相关方法进行单位业绩评价。

序号	工作任务模块		课程内容	要求	活动设计
5	责任会计	6-1 责任会计认知 6-2 内部转移价格 6-3 责任报告与业绩考核	1.了解责任会计的概念； 2.学会合理划分责任中心并科学制定考核指标； 3. 掌握各责任中心考核指标的计算方法； 4.了解内部转移价格的类型及特点； 5.能够合理选择内部转移价格，用于各责任中心之间的结算。	1.建立成本和利润责任中心，编制责任预算，保证企业生产经营目标的实现； 2.通过对各责任中心业绩报告的实际数与预算数的对比，考核评价各责任中心的工作实绩和经营效。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过对责任会计相关知识的学习能正确评价经济业绩，考核责任单位实绩和成果。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

1、平时过程成绩 30%

（1）课堂表现（15%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（15%）

其中：课内实训（50%），作业完成 情况（50%）。

2、期末考试成绩 70%

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程学时 48 学时（其中理学时：40 实训学时：8），教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	学 时 数		
		理论	实践	合计

1	总论	2	0	2
2	成本管理	12	2	14
3	营运管理	8	2	10
4	预算管理	10	2	12
5	绩效管理	2	2	4
6	责任会计	2	0	2
7	综合案例分析	2	0	2
7	复习	2	0	2
合计	学时合计	40	8	48

2、教学建议

（1）立足于加强学生自学能力以及实践操作能力的培养，采用项目教学与案例教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

（2）应用多媒体、投影等教学资源辅助教学，帮助学生熟悉实践工作环境以及理财具体操作。

（3）教学组织团队化，将全班同学分成几个工作小组，每小组 8 人左右，实行组长负责制。案例分析采取小组讨论的方式进行，并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《管理会计》朱佳骅 北京出版集团公司 北京出版社 2019.4

《管理会计实务》，周阅 丁增稳， 高等教育出版社，2018.8

（2）参考书

①《管理会计》，杨月梅 徐芳兰， 中国财政经济出版社，2018.7

②《管理会计基础》，高翠莲，高等教育出版社，2018.8

（3）参考网络资源

①中国管理会计师：http://www.chinacma.cn/

②中国管理会计网：http://www.chinaccma.org/

4、课程资源的开发与利用

为促进教学活动的开展，激发学生的学习兴趣和提高教学效果，应建立了比较完备的教学资源库。主要包括：课程目标、课程标准、课程整体教学设计、课程授课计划、多媒体课件、电子教案、实训教学大纲及实训项目教案、试题库、习题库、案例库、学习资源库等。注重仿真软件的开发利用，如“模拟实习”、“在线答疑”、“日常测试”、“模块考试”等。

六、说明

1、本课程标准由财务管理专业管理会计教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、课程负责人：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、三审专业建设委员会：

2020 年 7 月 18 日

5.《会计信息系统应用》课程教学标准

课程代码：0101096

课程名称：会计信息系统应用

课程类别：理论+实践课

总学时：64 学时　　理论学时：32 学时　　实践学时：32 学时

学　　分：4 学分

适用专业：财务管理、会计信息管理等专业

预修课程：基础会计、计算机应用

开课部门：会计学院

一、课程性质

《会计信息系统应用》是高等职业教育财务管理、会计信息管理等专业一门专业实践性课程，其教学目标就是让学生掌握会计信息系统的基本理论和业务技能，培养学生具备较好的会计信息系统应用水平和实践操作能力。《会计信息系统应用》课程是财务管、会计信息管理等专业的专业基础课程。

《会计信息系统应用》课程是一门实践性很强的应用型课程，旨在培养学生的信息化会计核算岗位工作能力，学生通过学习既要懂得会计信息化的基本理论，又要熟练掌握会计信息化会计核算岗位的技术。本课程旨在引领学生善用会计基础理论，准确熟练操作财务软件（目的），通过对相关企业的系统管理、企业应用平台、总账、薪资、固定资产和会计报表的数据进行财务业务处理（历程），能够运用所学知识根据企业需要形成财务链管理账套（预期成果）。本课程以通用 ERP 财务软件为蓝本，通过 ERP 财务软件基本知识教学与软件应用训练，使教学对象通过软件实操、角色与岗位模拟、综合演练等环节，传授通用 ERP 软件的财务业务知识与财务链业务的操作技术。

本课程的作用是使学生掌握会计信息化的基础知识和基本技能，熟悉单位实施电算化会计的基本程序和管理制度，掌握通用会计软件主要功能模块的操作方法和技巧，学会运用计算机来记账、算账和报账，具备实际工作所需的会计电算能力，培养能服务地方经济建设的高素质技术技能型湘商人才。

本课程中的供应链部分是学习和训练 ERP 软件中供应链模块的应用原理和操作方法的技术性课程，是继《会计信息系统应用》之后开设的一门信息化管理方向的专业课。从专业知识的递进关系看，该部分是《会计信息系统应用》课程内容的继续，并与《会计信息系统应用（供应链）》课程共同构成“财务业务一体化”系统知识与技能。后可安排“会计信息系统应用实训”的专业实训。

本课程前导课程有《基础会计》、《初级会计实务》、《计算机应用》等。后续课程：和《会计信息系统应用（供应链）》、《企业财务管理》、《管理会计基础》和《会计综合实训》。

二、课程目标

（一）总体目标

《会计信息系统应用》课程总体目标是通过本课程的学习，使学生掌握会计信息系统的基本理论和业务技能，培养学生具备较好的会计信息系统应用水平和实践操作能力。通过该课程的教学，使学生掌握会计信息化的基本理论和基本方法，能使用会计软件完成创建账套、对会计软件进行初始设置、日常账务处理、期末处理、编制会计报表等工作，并通过对一种软件的学习、操作形成对其他通用商品化软件使用的类化经验，利用所学习的知识、技能操作其他会计信息化软件，甚至可以帮助企业进行会计信息化建设。

本课程的基本要求是：结合所选 ERP 软件，对财务链模块的主要操作方法进行系统的学习和训练，使学生掌握 ERP 软件操作技能，掌握财务应用的技术。本课程遵循“以学生为主体、教师为主导”的教学理念，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展教学，以实践操作为主，注重学生实践操作能力的培养。

（二）具体目标

根据高职会计专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1．知识目标

（1）熟悉会计信息系统的结构及有关概念，了解会计信息系统的发展趋势；

（2）熟悉我国财政部门对单位使用的会计核算软件、软件生成的会计资料、采用计算机替代手工记账、电子会计档案保管等会计信息化工作做出的具体规范；

（3）掌握会计核算软件的基本知识和典型会计核算软件各主要功能模块的操作要求。

- 了解会计信息化的基础理论和会计软件的基础知识；
- 了解会计信息化的相关法律法规和管理制度；
- 了解会计软件各子系统的操作流程；掌握会计软件的操作方法；
- 通过上机操作演示各子系统具体模块的操作方法；
- 具备独立完成会计信息化软件中的系统管理设置，能完成账套的创建与操作员的设置和权限分配；
- 具备根据企业期初资料完成会计软件初始化过程的能力；
- 具备根据企业一个月具体经济业务完成会计软件中总账系统的初始设置、日常业务处理、出纳管理、期末处理及账表查询的能力；
- 具备独立完成会计软件中薪资管理系统及固定资产管理系统的初始设置、日常业务处理及期末处理及各类薪资和固定资产报表查询的能力；

- 具备独立完成会计软件中应收应付系统的初始设置、日常业务处理及期末处理的能力；
- 具备分析总账系统与其他各子系统的数据依存关系及数据的传递的能力；
- 具备独立完成利用报表模块生成企业所需会计报表数据与报表的自定义设计的能力。

2．能力目标

具备财务核算岗位的基本能力；能运用财务软件完成账套的创建与操作员的设置及权限分配；能根据具体经济业务完成总账、薪资管理及固定资产管理、应收应付系统的初始设置、日常业务处理、出纳管理、期末处理及账表查询、生成报表等。

3．素质目标

初步具有会计信息化的观念和思维方式，具有内部控制意识；具有团队协作精神，具备严谨、细致、认真、耐心的职业素养；具备逻辑与数据思维、应变能力。

三、课程内容与要求

会计信息系统应用在高职三年教学中建议利用用友财务教学软件 U8V10.1 软件为蓝本组织教学，本课程是以满足中小企业会计信息化工作岗位（如电算主管、软件操作、审核记账、电算审查等）所需的会计信息化知识和会计信息技能为目标，以会计信息化工作中的实际教学案例为主线，以项目为载体，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展项目教学活动。教学内容包括创建企业账套，企业应用平台的基础信息设置，学生通过角色岗位互换等实操方式熟练操作总账、薪资、固定资产、应收、应付等模块的初始设置、日常账务处理、期末处理及会计报表的编制。使学生具备本专业的技术技能型湘商人才所必需的会计信息化基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	会计信息化基本理论认知	0.5	①会计信息化简介。 ②会计信息化软件。 ③会计信息化基本规定。	简单介绍用友财务软件安装及模块的构成		多媒体演示
2	账套创建与管理	3.5	①系统管理员与账套主管的联系与区别 ②账套的建立、修改、引入、输出 ③年度账的建立、修改、引入、输出 ④角色与用户的设置及分配权限	知识： ①了解系统管理模块的主要内容及作用； ②掌握账套建立、用户和角色管理、操作员权限管理； ③掌握账套引入、输出及年度账的操作。 ④掌握基础设置的内容和方法。	I 注册系统管理，增加企业用户和角色 II 建立（修改）账套	案例教学； 情景互动； 系统管理模块单项实训； 系统管理与账套主管角色互

			⑤备份、恢复和修改账套数据	技能： ①学会将通用软件变成专业软件的技能； ②能够熟练操作系统管理的技能； ③能够熟练对疑难问题进行反向修改操作技能； ④具备自主学习的能力。	III 设置用户和角色的权限	换与岗位实训
3	基础信息设置	4	基础档案的设置内容主要有：系统的启用、部门档案、职员档案、客户供应商分类、客户供应商档案、凭证类别、结算方式、项目目录等30多项内容，部分基础档案信息将在相关子系统中设置。	知识： ①掌握用友通软件有关基础档案设置相关内容。 ②理解基础档案设置在整个系统中的作用。 ③理解基础档案设置的数据对日常业务处理的影响。 技能： ①学会将通用软件变成专业软件的技能； ②能够熟练操作企业应用平台基础档案设置技能； ③具备自主学习的能力。	I 系统启用 II 基础档案录入 III 期初余额录入	案例教学； 情景互动； 企业应用平台模块单项实训； 账套主管角色与岗位实训
4	总账账务处理系统	14	①理解总账系统的概念、特点，了解总账系统流程与主要功能。 ②会计科目设置和期初余额录入 ③熟练掌握记账凭证的填制、修改、审核、记账等操作；掌握凭证的查询、修改方法。 ④掌握凭证的辅助管理 ⑤掌握出纳的基本业务，了解各种往来辅助核算的运用。出纳管理：日记账与银行对账 ⑥掌握各种账簿的查询方法。账表	知识： ①了解总账系统基本功能和业务处理流程； ②掌握总账系统初始化设置中的会计科目设置和期初余额录入的方法； ③掌握日常业务处理中凭证处理和记账的方法； ④掌握出纳管理的内容和处理方法； ⑤熟悉账表查询、输出的内容和方法； ⑥掌握总账系统期末处理的内容和方法。 技能： ①能够独立进行总账系统的初始化设置技能； ②能够独立进行总账日常业务操作的技能；	I 总账系统的初始化 II 总账系统的日常业务处理 III 总账系统的期末处理	案例教学； 情景互动； 总账核心模块单项实训； 制单、审核、出纳、记账等角色与岗位实训

			管理：总账、明细账等查询输出。 ⑦期末转账处理、对账、结账。理解自动转账的原理，掌握自动转账凭证的设置与生成 ⑧了解对账与结账的方法	③能独立解决总账系统中出现的疑难问题。 ④具备自主学习的能力。		
5	薪资管理核算系统	8	①了解工资管理系统的概念、功能和特点。 ②掌握工资管理系统的初始化设置。初始设置：账套参数设置、人员档案、工资项目等基础档案 ③熟悉工资管理系统的日常业务。业务处理：管理工资数据、工资分摊、月末处理 ④了解工资管理系统的月末处理。 ⑤掌握各类工资账表的查询。	知识： ①了解薪资管理系统的基本功能及业务操作流程； ②掌握工资账套建立及系统初始化的内容和方法 ③掌握工资变动、扣缴所得税、工资分摊等业务的处理方法； ④掌握薪资管理系统结账与反结账的方法。 技能： ①学会独立操作薪资管理系统的初始化设置、日常业务处理及月末处理的技能； ②能独立解决薪资管理系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	I 薪资管理系统的初始化 II 薪资管理系统的日常业务处理 III 薪资管理系统的期末处理	案例教学； 情景互动； 薪资管理模块单项实训； 薪资主管等角色与岗位实训
6	固定资产管理系统	8	①了解固定资产系统的概念、功能和特点。 ②掌握固定资产系统的初始化设置。 ③熟悉固定资产系统的日常业务。卡片管理：卡片录入、修改、删除、增加、减少及变动等 ④折旧管理 ⑤了解固定资产系统的月末处理。	知识： ①了解固定资产管理系统的基本功能和业务流程； ②掌握固定资产管理系统的初始化、日常业务处理的主要内容和操作方法； ③掌握固定资产卡片的方法 ④掌握固定资产增加、减少、变动的操作方法 ⑤掌握固定资产折旧的处理过程及操作方法 ⑥熟悉固定资产月末转账、对账、月末结账方法。	I 固定资产管理系统的初始化 II 固定资产管理系统的日常业务处理 III 固定资产管理管理	案例教学； 情景互动； 固定资产管理模块单项实训； 固定资产主管等角色与岗位实训

			月末处理：对账、结账 ⑥熟悉固定资产系统报表的查询。 账表管理：总账、登记簿、明细账、折旧表等	技能： ①学会独立操作固定资产管理系统的技能； ②能独立解决固定资产管理系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	系统的期末处理	
7	应收款管理系统	12	①系统初始化设置 ②日常处理：应收单、收款单据的录入、审核、核算、坏账、票据管理、转账业务、制单 ③单据查询 ④账表管理及其他处理 ⑤月末处理	知识： ①了解应收款管理系统的基本功能和业务流程； ②熟悉应收款管理系统的初始化设置； ③掌握日常业务处理的主要内容和操作方法； ④掌握应收款与总账系统组合时的基本功能。 ⑤熟悉应收管理系统账簿的基本方法。 技能： ①能够独立操作应收款管理系统的技能； ②能独立解决应收管理系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	I 应收系统初始化； II 应收系统的日常业务处理（单据处理、票据管理、转账业务、坏账业务） III 应收系统的期末处理	案例教学； 情景互动； 应收模块单项实训； 应收会计、等角色与岗位实训
8	应付款管理系统	6	①系统初始化设置 ②日常处理：应付单、付款单据的录入、审核、核算、票据管理、转账业务、制单 ③单据查询 ④账表管理及其他处理	知识： ①了解应付款管理系统的基本功能和业务流程； ②熟悉应付款管理系统的初始化设置； ③掌握日常业务处理的主要内容和操作方法； ④掌握应付款与总账系统组合时的基本功能。 ⑤熟悉应收付管理系统账簿的基本方法。	I 应收系统初始化； II 应收系统的日常业务处理（单据处理、票	案例教学； 情景互动； 应付模块单项实训； 应付会计等角色与岗位实训

			⑤月末处理	技能： ①能够独立操作应付款管理系统的技能； ②能独立解决应付管理系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	据管理、转账业务、坏账业务） III 应收系统的期末处理	
9	报表管理系统	4	①了解会计报表处理系统的相关内容。 ②理解报表格式设计的原理，报表基本概念 ③熟悉报表主要业务流程，学会进行报表格式设计。 ④自定义报表编制（固定及可变报表编制）能编制各类内部和外部报表。 ⑤报表格式设计、公式设置及数据处理、图表功能 ⑥掌握利用报表模板生成常见报表，熟练报表管理	知识： ①了解 UFO 报表系统的基本功能和操作流程、功能特点； ②理解报表有关术语的基本概念； ③掌握报表格式设计及报表模板的应用。 ④掌握报表的数据处理、图表功能 ⑤能熟练进行报表管理 技能： ①能够独立编制自定义报表和通用报表的技能； ②能独立解决 UFO 报表系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	I 自定义报表流程 ①报表格式设置； ②报表公式设置； ③报表自动生成。 II 报表模板流程	案例教学； 情景互动； UFO 报表模块单项实训； 报表编制主管等角色与岗位实训
10	课程考核	2	利用“财务综合实践信息化竞赛教考平台”上机考核	技能： 利用财务软件完成制造企业一个月部分经济业务的会计电算化相关工作。涉及的功能模块有：总账、应收、应付、薪资、固定资产、报表等。	《会计信息系统应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由	

					会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考核。

四、课程考核

（一）成绩构成

本课程是一门实践性很强的专业基础课，该课程须采取灵活多样的考试制度和考核方法，如采取理论教学和实践教学相结合、理论考试和实践技能考核相结合、利用“财务综合实践信息化竞赛“教考平台进行机考测试。重在强化过程性考核，用过程的演练与环节的达标测试强化实操结果，旨在考核学生的实践动手能力。

《会计信息系统应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考试，上机考核采取用友财务综合实践信息化竞赛教考平台上机测试。课程考核包括平时过程考核和期末技能考核两部分：实验考核（过程考核）（占总成绩 20%）+平时成绩（占总成绩 30%）+期末操作技能测试（占总成绩 50%）。

1、平时成绩考核占 30 分

平时成绩考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行；

2、实验考核（或过程性考核）成绩占 20 分

平时测验等方面进行，要求学生提交书面操作截图文档资料；

3、期末操作技能考核成绩占 50 分

表 2　课程考核分类、内容及比重一览表

考核分类	比例	考核内容
平时成绩考核	30%	课堂出勤与纪律 10%；任务学习过程（学习态度、平时操作等）20%
实验考核成绩	20%	任务学习结果（平时上机考核等）20%
期末技能考核	50%	《会计信息系统应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考核。

（二）考核内容

考试内容选取与模块设置充分考虑本课程的培养目标、核心技能以及课程的教学实施手段，贯彻了本课程以培养技能为核心，以“综合应用型”教学为基准，以实践与理论的融合为模式的思想与策略。考核内容设计如下：考核中以一个工业企业或商品流通企业一个月的业务单据处理到记账凭证编制和审核、记账、结账到会计报表编制和财务分析一个完整的财务业务处理能力为考核任务，使用用友 U8V10.1 软件的进行账套创建与管理、基础信息设置、总账管理、薪资管理、固定资产、应收款管理、应付款管理、UFO 报表系统等功能模块操作，完成制造企业一个月的财务业务处理工作；试题分为系统初始化、业务处理与会计核算及 UFO 报表三个部分，操作时严格按照权限分工及操作要求进行业务处理。

信息化业务处理的会计核算具体内容如下：

1．系统管理与基础档案

操作员及其权限设置、上机日志；设置部门档案、职员档案、客户与供应商分类、客户与供应商档案、仓库档案、存货分类与存货档案等。

2．总账账务处理系统

（1）初始设置。定义总账系统参数；设置会计科目（含部门、项目等辅助核算定义），设置凭证类型、结算方式、开户银行等；定义总账系统的自定义结转、对应结转等分录；输入总账系统期初数据。

（2）日常业务处理。填制凭证（含常用凭证使用），出纳签字，登记支票簿，审核凭证，主管签字；查询凭证；记账；账表管理（含查询总分类账、各种明细账、日记账，查询各种辅助账，证账联查）。

（3）期末处理。总账系统内自定义结转、对应结转、期间损益结转生成；银行对账，期末结账。

3．薪资管理核算系统

（1）初始设置。设置工资核算系统参数；设置部门、人员档案、人员附加信息等，设置工资项目，定义工资计算公式。

（2）业务处理。工资变动（含人员变动、工资数据修改），扣缴所得税，银行代发工资，工资分摊，生成记账凭证，账表管理（含工资表、工资分析表）。

（3）期末处理。

4．固定资产核算系统

（1）初始设置。设置固定资产系统参数；设置部门对应折旧科目，设置资产类别、使用状况、增减方式、折旧方法等；录入固定资产原始卡片。

（2）业务处理。固定资产增加、减少、变动业务处理；固定资产折旧计提与分配；生成记账凭证；账表管理（查询分析表、减值准备表、统计表、总账及明细账等）。

（3）期末处理。

5．应收款管理系统

（1）初始设置。设置应收款管理系统参数；设置基本科目和结算方式科目等，账龄区间等设置，输入应收款管理系统的期初数据。

（2）业务处理。应收单据、收款单据录入与审核，收款结算，转账处理（应收冲应收、预收冲应收、应收冲应付）；坏账处理；生成记账凭证；账表查询。

（3）期末结账。

6．应付款管理系统

（1）初始设置。设置应付款管理系统参数；设置基本科目和结算方式科目等，输入应付款管理系统期初数据。

（2）业务处理。应付单据、付款单据录入与审核，往来核销，转账处理（应付冲应付、预付冲应付、应付冲应收）；生成记账凭证；账表查询。

7．会计报表编制

（1）报表设置。新建报表，自定义固定格式和变动格式报表；调用报表模板并修改，定义单元公式（含表内运算与表间运算），定义审核公式，设置关键字。

（2）数据处理，增加表页，报表计算，报表输出（含 EXCEL 格式）。

（三）考核方案

1．考核要求

（1）技能要求

高职三年能利用用友 U8V10.1 或财务软件准确完整设置账套基本信息、准确设置操作员权限、准确录入总账、薪资、固定资产、应收应付等模块的初始化基础信息设置，能准确完成各模块的日常业务处理及期末处理，正确填制、审核记账凭证，正确完成总账系统记账、正确完成月末转账和结账，查询各模块的账簿数据并以 Excel 表的形式输出并保存、能设置简单的报表格式及报表公式、能根据用友 U8V10.1 财务软件提供的会计模板生成相应的会计报表并以 Excel 表的形式输出并保存；正确备份账套，正确保存备份文件等工作任务。

（2）操作规范及职业素养要求

符合企业会计工作的基本素质要求(认真、细致、客观、整洁、谨慎、耐心)。能事前做好准备工作，能按要求正确使用计算机和财务软件、每次上机及考核时都能保持工作台面清洁、及时清扫废弃杂物等。

2．考核标准及方式：期末考试采用财务综合实践信息化竞赛教考平台软件进行上机实践技能考核

考核方式:本课程的考核评价分为认知水平考核和运用能力考核。认知水平分为“了解”、“理解”等层次，运用能力主要指使用会计软件进行账务处理以及掌握会计各岗位的软件操作能力。本课程是一门实践性很强的专业课，采用实践重于理论的考核方法，充分采用现代化教学手段，培养学生的实践动手能力。本课程考核方法采用百分制，包括过程性考核和结果考核两部分。过程考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行，过程性考核占 50%；结果考核主要期终考试，分别占 50%。考试题目注重理论与实践一体化评价，适当增加实践性教学内容的考核比重。本课程考核以上机操作为主。

3．考核实施条件

表 3　课程考核实施条件一览表

项目	名称	数量	单位	规格	备注
场地	会计电算化机房	1	间	50 座	
设备	服务器 客户端	1 60	台 台		60 人/间机房

	SQL_SERVER、财务软件、财务综合实践信息化竞赛平台、OFFOCE 办公软件	1	套		
工具	草稿纸				55 人/间

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

表 4　教学学时分配表

模块编号	教　学　模　块	授　课	实　践	合　计
1	会计信息化基本理论认知及账套创建与管理	2	2	4
2	基础信息设置	2	2	4
3	总账账务处理系统	7	7	14
4	薪资管理核算系统	4	4	8
5	固定资产管理系统	4	4	8
6	应收款管理系统	6	6	12
7	应付款管理系统	3	3	6
8	报表管理系统	2	2	4
9	课程考核		2	2
10	机动	2		2
	学时总计	32	32	64

（二）教学建议

1．软硬件条件

会计信息化实训场地主要是会计电算化实训室，也可在教室结合教学内容进行。同时，实训场地或教室要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

为使会计信息系统应用实训与企业真实环境相似，需准备下列实训设施：多媒体教学设备，主要包括指导教师用计算机一台，液晶投影仪一台，服务器一台，学生机六十台，局域网架构，交换机 4 台，千兆或百兆网速。主要的软件包括教学用会计软件一套（用友财务教学软件 U8V10.1)（含服务器端和 60 个客户端口)，多媒体教学软件一套，数据库软件一套，杀毒软件一套。

2．师资条件

（1）课程负责人：

课程负责人应该熟悉会计工作的理论知识和基本业务流程，具有一定的会计确认、计量、记录和报告的方法能力（即会计记账算账报账能力），懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在会计核算等领域有一定影响，具有高级职称（或高级职业资格）的“双师”素质教师。

（2）主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有会计电算化经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备计算机应用能力及会计学知识体系的专业知识；有丰富的企业财务软件操作工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

（3）教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），在会计核算方面有较强的实践能力，能熟练操作两种以上财务软件。

（三）教学评价建议

对于《会计信息系统应用》这门课程，应根据培养学生会计电算化应用能力这一主线，设置基本技能训练、专项技能训练和综合技术应用能力训练来形成实践教育教学的框架。理论教学以“够用”为原则，强调理论对实践的指导作用。

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“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生综合素质和职业能力培养，激发学生学习知识和学习技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力。

2．坚持仿真式教学，在计算机上实现仿真训练，训练内容、操作界面与实际应用保持一致，实现课堂学习与实际应用零距离对接，学生从事实际工作时不会有陌生感。应选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合。

3．教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。要不断改革教学方法和手段，注重以工作岗位任务引领型案例或项目教学，融“教、学、做”为一体，积极探索任务驱动、一体化教学、案例教学等多种教学方法，采取小组活动、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综合职业能力。

4．教学或考试案例中的“容错”技巧的利用。通用软件将大多数开发精力投入在操作警示与错误纠正功能中，如果按照完全正确的路径运行一个软件，那么，操作者所接触的软

件内在功能将是非常有限的。由此，本课程教学中允许设置出错与纠错。在此过程中做法是：一是让部分基础好、速度快的同学提前对后续课堂内容作探索性操作，允许出错并在后续讲解时有目的地例举其所犯的典型错误，传授纠正错误方法，探讨避免出错的技巧。二是在模拟资料中植入一些非原则性的错误，让学生在操作实践中通过软件反应或异常结果发现错误，并更正错误。犯错与纠错的过程全面提升了学生对通用软件的驾驭能力。

（四）教材及参考资料建议

1．教学资料选取原则

《会计信息系统应用》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的最新会计准则制度规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是高职高专“十二五”规划教材，选用教材原则以用友财务教学软件为蓝本，以会计电算化工作岗位流程组织教学与实训，以理论与实践结合为主要手段的相关教材，以岗位能力培养为核心。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于会计电算化课程有前导课程，因此，教材的内容在注重会计电算化实际操作技能训练的同时，还应把现有企业常用会计电算化软件的应用和案例融入教材，以便教材内容更加贴近会计电算化操作的实际。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

（1）《ERP 财务管理系统实训教程（第三版）（用友 U8V10.1 版）》牛永芹等主编；高等教育出版社；

（2）《用友 ERP 财务管理系统实验教程(用友 U10.1 版)》清华大学出版社、王新玲等主编

4．其他资源

会计电算化机房、财务软件、教学课件、教学挂图、教学视频、来自企业行业的制度与管理规范、财务案例等企业生产软资源等。

六、说明

1．本课程标准由会计专业《会计信息系统应用》课程专业教学团队、用友新道公司湖南分公司（兼职教师参与）等合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教　　学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2020 年 7 月 20 日

6.《纳税实务》课程教学标准

课程代码：0303012

课程名称：纳税实务

课程类别：理论+实践

总学时：40 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：2.5 学分

适用对象：财务管理、会计及会计（中高衔接方向）、会计信息管理等专业

预修课程：基础会计、经济法基础

开课部门：会计学院

一、课程性质

《纳税实务》是高职院校会计、财务管理、会计信息管理等专业的一门专业核心课程。

本课程是构成专业基本能力——会计技能的重要组成部分。该课程既研究税收工作中的会计问题，也研究会计工作中的税收问题，是一门融税收法规制度和会计核算于一体的核心课程。本课程是在学习《基础会计》、《经济法基础》之后，将税收法律、法规与企业财务会计知识融合一起的一门实务性课程。为后续课程《管理会计》、《纳税筹划》等课程学习奠定基础。学生通过对该课程的学习，掌握各税收政策的制定原理、计算方法及会计处理方法，达到的岗位目标是各类企业的税务会计核算岗位、纳税申报岗位，要求从业者能够熟练进行税收的计算、纳税的申报。同时还注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养，为学生专业职业能力的提升奠定了基础。

二、课程目标

（一）总体目标

《纳税实务》课程运用培养学生实践能力和创新能力的现代教学理念，组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生扎实掌握企业税务会计核算的基本方法，具备处理企业税务事项的实际能力，全面地掌握税务会计岗位的业务技能并拥有更好地履行其岗位职责的能力。使学生具备对各种税收的核算能力，纳税申报能力及筹划能力。

本课程的基本要求是：运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法等多种方法开展教学，结合仿真业务边学边做，完成纳税申报技能训练。课程考核包括平时过

程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具备扎实的税务会计理论知识和较强的纳税实务操作技能。

（二）具体目标

根据高职会计专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1．知识目标

（1）了解税收基础知识、税法的构成要素；

（2）掌握增值税一般纳税人应纳税额、小规模纳税人应纳税额、进口货物应纳税额的计算；

（3）掌握一般纳税人的纳税申报和小规模纳税人的纳税申报；

（4）熟悉出口货物退税额的计算和出口货物退（免）税的管理；

（5）掌握消费税直接对外销售应税消费品的应纳税额、自产自用应税消费品的应纳税额、委托加工应税消费品的应纳税额、进口应税消费品的应纳税额的计算；

（6）掌握企业消费税纳税申报表的填报、出口应税消费品应退税额的计算；

（7）掌握企业所得税应纳税所得额、本年度应纳所得税额和核定征收企业的应纳所得税额的计算；

（8）熟悉企业所得税月（季）度预缴纳税申报表、企业所得税年度纳税申报表的填报、熟悉办理汇算清缴相关手续；

（9）掌握个人所得税工资、薪金所得、经营所得、劳务报酬所得、稿酬所得、特许权使用费所得、财产租赁所得、财产转让所得、利息、股息、红利所得和偶然所得的应纳个人所得税计算；

（10）熟悉填写扣缴个人所得税纳税申报表和办理个人所得税纳税申报相关手续。

（11）掌握资源税、城镇土地使用税、房产税、契税、土地增值税、车辆购置税、车船税、印花税及城市维护建设税的应纳税额的计算及账务处理。

2．能力目标

（1）能认知税法与企业财务相关知识，熟悉纳税工作流程；

（2）能根据企业经济业务确定其纳税义务及所涉及的税种、税目、税率和计税依据；

（3）能依据企业经济业务的具体情况，运用税法规定的减免税优惠政策；

（4）能根据企业经济业务发生的具体情况，确定纳税义务的发生时间；

（5）能准确计算企业当期应纳税额；

（6）能填写相关税种的纳税申报表；

（7）能根据税法规定选择纳税地点及时办理纳税申报和税款缴纳手续；

（8）能与税务、银行等涉税业务机构进行交流沟通。

3．素质目标

（1）遵纪守法，熟悉各项财经法律法规；

（2）具备自主学习与探究学习能力；

（3）具备数据思维、沟通协调能力、应变能力、可持续发展能力；

（4）具有自我管理意识、较强的社会责任意识、良好的团队协作意识；

（5）具备严谨、敬业、认真、耐心的职业素养。

三、课程内容与要求

《纳税实务》课程的教学内容主要包括税收基础知识、纳税申报流程、缴纳税款的方法、变更及停复业税务登记、注销税务登记；掌握增值税、消费税、企业所得税、个人所得税、关税、资源税、城镇土地使用税、房产税、契税、土地增值税、车辆购置税、车船税、印花税、城市维护建设税及环境保护税的相关知识、应纳税额的计算及主要税种的纳税申报。使学生掌握企业税务会计核算的基本方法，具备处理企业税务事项的实际能力和税务会计岗位的业务技能，拥有更好地履行其岗位职责的工作能力。同时，使学生具备对各种税收的核算能力、纳税申报能力及筹划能力。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	活动设计	要求	教学方法
1	**纳税实务概述**	2 课时	（一）税收的概念与形式特征 1.税收的概念 2.税收的形式特征 （二）税收的职能与作用 1.税收的职能 2.税收的作用 （三）税收制度的构成要素 1.纳税人 2.征税对象 3.税率 4.纳税环节 5.纳税期限 6.减免税 7.违章处理 （四）税收分类 1.以征税对象为标准的分类 （1）流转税类：增值税、消费税、营业税、关税等；	教师提出相应的问题，导入学生对纳税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能对相关纳税概述及理念进行理解掌握。	1.掌握税收基础知识，能进行开业税务登记，熟悉发票的领购方法与流程； 2.熟悉纳税申报流程，掌握缴纳税款的方法、变更及停、复业、注销税务登记。	案例教学、边学边做

			（2）所得税类：企业所得税、个人所得税等； （3）财产税类：房产税、契税、车船税等； （4）资源税类：资源税、城镇土地使用税、耕地占用税等； （5）行为税类：印花税、车辆购置税、城市维护建设税等； 2.以计税依据为标准的分类 3.以税收收入的归属权不同为标准的分类 4.其他分类标准 （五）纳税会计凭证及纳税义务流程			
2	**增值税纳税实务**	12 课时	（一） 增值税概述 （二）征税制度 1.纳税义务人 2.征税范围 3.税率 4.了解税收优惠，包括免税项目和增值税的起征点 （三）增值税应纳税额计算 1.一般纳税人应纳税额的计算：应纳增值税额=当期销项税额—当期进项税额 2.小规模纳税人应纳税额的计算 3.进口货物应纳税额的计算 组成计税价格=关税完税价格+关税+消费税 应纳税额=组成计税价格*税率 （四）出口货物退税 （五）增值税的征税	教师提出相应的问题，导入学生对增值税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对增值税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	1.掌握增值税应纳税额的计算； 2.掌握增值税纳税申报表的编制。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

			管理 （六）掌握增值税防伪税控系统的操作			
3	**消费税纳税实务**	8 课时	（一）消费税概述 （二）消费税的征税制度 （三）消费税应纳税额的计算 1.从价定率计税方法 2.从量定额计税方法 3.复合计税方法 4.有税额扣除的应纳税额计算 （四）消费税的征税管理 1.纳税义务发生时间、纳税期限、纳税环节、纳税地点 2.纳税申报	教师提出相应的问题，导入学生对消费税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对消费税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	1.掌握消费税应纳税额的计算； 2.掌握消费税纳税申报表的编制。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做
4	**关税纳税实务**	2 课时	（一）关税概述 （二）关税的征税制度 1.纳税义务人 2.征税对象 3.进出口货物关税税率的设置和适用 4.税收优惠 （三）关税应纳税额的计算 1.关税完税价格 2.应纳税额的计算 （四）关税的征税管理	教师提出相应的问题，导入学生对关税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对关税的核算及账务处理。	1.掌握关税应纳税额的计算； 2.熟悉关税纳税申报表的编制。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做
5	**企业所得税纳税实务**	8 课时	（一）企业所得税概述 （二）企业所得税的征税制度 1.纳税义务人 2.税率：25% 3.税收优惠 （三）企业所得税应	教师提出相应的问题，导入学生对企业所得税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完	1 掌握企业所得税应纳税额的计算； 2.掌握企业所得税纳税申报表的编制。	案例教学讨论教学法、任务驱动学、边学

			纳税所得额的确定 1.应税收入的确认 2.准予扣除项目的确定 3.不得扣除项目的 4.亏损弥补 5.资产的税务处理 （四）企业所得税的计算 （五）企业所得税的征税管理	成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对企业所得税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。		边做
6	**个人所得税纳税实务**	4 课时	（一）个人所得税概述 1.个人所得税概念 2.我国个人所得税的作用 （二）个人所得税的征收制度 1.纳税义务人 2.征税对象 3.税率 4.税收优惠 （三）个人所得税应纳税额的计算 1.应纳税所得额的确定 2.应纳税额的计算 （四）个人所得税的征税管理 1.自行申报纳税 2.代扣代缴	教师提出相应的问题，导入学生对个人所得税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对个人所得税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	1.掌握个人所得税应纳税额的计算； 2.掌握个人所得税的纳税申报。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做
7	**资源税税纳税实务**	2 课时	（一）资源税 1.资源税纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.减免税优惠 5.应纳税额的计算 6.征税管理 （二）城镇土地使用税 1.纳税人 2.征税范围	教师提出相应的问题，导入学生对资源税、土地增值税及城镇土地使用税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知	1.了解资源税、城镇土地使用税、土地增值税的基本内容； 2.掌握资源税、城镇土地使用税、土地增值税的计算和会计处理； 3.完成相关税	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

			3.计税依据 4.税率 5.减免税 6.应纳税额的计算 7.征税管理 （三）土地增值税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率 5.减免税 6.应纳税额的计算 7.征税管理	识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对资源税、土地增值税及城镇土地使用税的核算及账务处理。	种的实训作业。	
8	**财产和行为税纳税实务**	2 课时	（一）房产税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据及税率 4. 减免税优惠 5. 应纳税额 6.征税管理 （二）契税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率：3-5%幅度比例税率 5.减免税优惠 6.应纳税额：应纳税额=计税依据*税率 7.征税管理 （1)纳税义务发生时间 （2）纳税期限 （3）纳税地点 （4）纳税申报 （三）车船税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税标准：按车船的种类和性能，分别确定为辆、净吨位和载重吨位 4.税率	教师提出相应的问题，导入学生对房产税、契税、印花税及车船税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对房产税、契税、印花税及车船税的核算及账务处理。	1.对各财产和行为税的纳税人、征税范围、税率、计税依据、征税方法等基本问题有一个全面深入的认识； 2.应用上述知识计算财产和行为税的应纳税额以及进行会计账务处理； 3.完成相关税种的实训作业。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

			5.减免税优惠 6.应纳税额 7.征税管理 （四）印花税 1.纳税人 2.征税对象 3.税率： 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征税管理 （1）纳税办法 （2）违章处罚			
9	**特定目的税纳税实务**	2 课时	（一）城市维护建设税 1.纳税人 2.计税依据 3.税率 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征收管理 （二）车辆购置税 1.纳税人 2.征税对象 3.税率：10% 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征税管理	教师提出相应的问题，导入学生对城市维护建设税及车辆购置税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对城市维护建设税及车辆购置税的核算及账务处理。	1.了解城市维护建设税及车辆购置税特点和内容； 2.掌握上述税种的计算，正确的进行会计处理； 3.完成相关内容的实训及作业。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

1．平时过程成绩

（1）课堂表现（10%）

出勤率＋学习态度＋课堂表现＋精神面貌

（2）实践操作（20%）

5 个项目：实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65％）、学习态度（15％）、实训报告撰写（20％），采取学生自评及老师评价方式，注重过程考核。

2．期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。期末考试成绩题型为：单选题＋多选题＋判断题＋计算分析题。

具体方案见下表：

表 2 课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例％
1	课堂表现	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	增值税专用发票的开具 增值税纳税申报表的编制 消费税纳税申报表的编制 企业所得税纳税申报表的编制 个人所得税纳税申报表的编制 相关税种的账务处理	依据老师检查实践作品评价方式	20%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题	闭卷考试	70%

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

本课程建议学时 40 学时，建议在第二学期开设。教学学时分配建议如下表 3 所示。

表 3　教学学时分配表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	介绍课程标准及纳税实务概述	1	1	2
2	增值税纳税实务	6	6	12
3	消费税纳税实务	3	3	6
4	关税纳税实务	1	1	2
5	企业所得税纳税实务	4	4	8
6	个人所得税纳税实务	2	2	4
7	资源税纳税实务	1	1	2
8	财产和行为税纳税实务	1	1	2
9	特定目的税纳税实务	1	1	2
	合计	20	20	40

（二）教学建议

1．软硬件条件

（1）实训条件手工模拟实训室：应配有手工模拟操作台 200 座，示教台，实物投影仪，多媒体教学设备、文件柜，手工操作用的凭证，账簿、报表，纳税申报表，标准工作用品，凭证装订机，会计作业流程动态显示图等手工模拟实验使用的必备用具。

（2）配备多媒体教室，将多媒体等现代化的教学手段引入课堂教学，提高课程教学的趣味性、实效性。

2．师资条件

（1）课程负责人

课程负责人应该熟悉会计工作的理论知识和税费的核算基本业务流程，具有一定的会计确认、计量、记录和报告的方法能力及税费核算、申报与筹划能力，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在会计核算等领域有一定影响，具有高级职称（或高级职业资格）的“双师”素质教师。

（2）主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有会计电算化经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备计算机应用能力及会计学知识体系的专业知识；有丰富的企业财务软件操作工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

（3）教师专业背景与能力要求

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称，在会计核算方面和税费计算、申报及筹划有较强的实践能力。

3．教学方法多样化

采用任务驱动教学法，边学边做，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。

4．教学手段现代化

利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂实训信息量，提高课堂教学效率。

5．教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行 CEO 负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（三）教材及参考资料建议

1．教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以企业典型工作任务为主线，将纳税实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

周伟华.《纳税实务》.（第 1 版）.中国财政经济出版社.2020 年 08 月

2．参考书

《税务会计》　大连理工大学出版社　郭传章主编

《纳税筹划》　东北财经大学出版社　查万能主编

《税法》　科学经济出版社

3．参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中华人民共和国财政部 http://www.mof.gov.cn/

会计之星 http://www.kjzx.cn/

中华会计网校　http://www.chinaacc.com/

东奥会计在线　http://www.dongao.com/

中华财会网 www.e521.com

中国会计视野 www.esnai.com

国家税务总局 http://www.chinatax.gov.cn

中国税网 http://www.ctaxnews.com.cn

中国税务网 http://www.ctax.org.cn

中国税务报电子版 http://www.ctaxnews.net.cn

中华财税信息网 http://www.taxguide.net.cn

企业税务咨询网 http://www.cax.iin.cn

中国纳税服务网 http://www.12366.net.cn

六、说明

1．本课程标准由会计学院会计专业《纳税实务》教学团队开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2020 年 7 月 18 日

7.《内部控制与风险管理》课程教学标准

课程代码：

课程名称：内部控制与风险管理

课程类别：理论+实践课

总学时：64 学时　　理论学时：40 学时　　实践学时：24 学时

学　　分：4 学分

适用专业：财务管理专业

预修课程：基础会计、初级会计实务、成本核算与管理、财务管理基础

开课部门：会计学院

一、课程性质

《内部控制与风险管理》是高等职业教育财务管理专业一门专业核心课程，其教学目标就是让学生掌握内部控制与风险管理的基本理论和业务技能，培养学生具备一定的建立内部控制系统能力及风险管理能力。

《内部控制与风险管理》课程是一门实践性很强的应用型课程，旨在培养学生内部控制和风险管理能力，学生通过学习既要懂得内部控制和风险管理的基本理论，又要熟练企业各项业务循环活动的风险控制点。本课程旨在引领学生善用内部控制和风险管理基础理论，通过梳理相关企业的采购与付款业务、生产业务、成本费用管理、销售与收款、研究与开发、工程管理、预算管理、外包业务、财务管理信息披露、合同管理及货币资金管理等业务循环等业务的风险点，能够运用所学知识根据企业需要建立内部控制系统。

本课程的作用是使学生掌握内部控制和风险管理的基础知识和基本技能，熟悉单位实施内部控制系统，掌握企业常见的业务循环所存在的风险点，通过风险评估，不断健全公司内控制，具备一定的风险防控能力，培养能服务地方经济建设的高素质技术技能型湘商人才。

本课程前导课程有《基础会计》、《初级会计实务》、《财务管理基础》、《经济学基础》、《管理学基础》、《成本核算与管理》等。后续课程有《Excel 在财务管理中的应用》、《预算管理》、《投融资管理》、《财务管理综合实训》。

二、课程目标

（一）总体目标

《内部控制与风险管理》课程总体目标是通过本课程的教学，学生应具备一定的完善公司治理，以风险管理为导向设计企业内部控制系统、风险的识别和分析等的职业素养与技能，培养成为企事业单位从事财务管理岗位的高技能专业人才。

本课程的基本要求是：通过开展内部环境、企业内部治理结构开展分析，对企业经营活动开展风险评估，找出企业各业务循环活动风险点，制订适合企业发展的内部控制系统。本课程遵循“以学生为主体、教师为主导”的教学理念，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展教学，以实践操作为主，注重学生实践操作能力的培养。

（二）具体目标

根据高职财务管理专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1．知识目标

（1）掌握内部控制基本原理；识别公司运营过程中的风险，对风险开展评估，提出风险应对策略。

（2）建立和完善符合现代管理要求的内部组织结构,形成科学的决策机制、执行机制和监督机制,确保单位经营管理目标的实现；建立行之有效的风险控制系统,强化风险管理,确保单位各项业务活动的健康运行；

（3）堵塞、消除隐患,防止并及时发现和纠正各种欺诈、舞弊行为,保护单位财产的安全完整；

（4)确保国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行，保障经营管理的有效性，提高经营活动的效率和效果，降低实现经营目标的不确定性；

（5）确保内外部，尤其是企业与股东之间实现真实、可靠的信息沟通，包括编制和提供真实、可靠的财务报告。

2．能力目标

能够明确各种经济业务内部控制制度的建立程序和方法，为各类企业建立和实施内部控制制度与风险管理提供理论基础和操作建议；能够找出企业各业务循环活动风险点，制订适合企业发展的内部控制系统，强化风险管理,确保单位各项业务活动的健康运行。

3．素质目标

具有严格执行财务管理等相关法律法规的工作态度和良好的职业道德；具备一定的逻辑思维能力和管理决策能力、风险管理与内部控制意识；具备与决策者和其它相关人员沟通的能力；具备崇德向善、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则的良好业务素质；具备认真细致、严谨的工作作风和敬业精神；具备沟通协作能力与风险判断意识。

三、课程内容与要求

本课程在高职教学中建议以实际企业内部控制措施教学案例为主线，以项目为载体，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展项目教学活动。教学内容包括企业内部控制与风险管理目标和要素、企业内部控制与风险管理的内部环境建设、企业内部控制方法、内部控制与风险管理活动、企业风险管理方法、企业常见风险的识别与分析、信息沟通与内部控制评价。使学生具备本专业的技术技能型湘商人才所必需的内控管理和风险管理基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	企业内部控制导论	2	3. 企业内部控制概述 4. 国外内部控制的演进历程 5. 内部控制的现实意义 6. 内控的发展 7. 我国企业内部控制规范的框架体系	5. 了解内部控制的现实意义； 6. 了解我国内部控制相关法规的发展历程。 7. 理解内部控制的概念、构成要素、内部控制的局限性。		多媒体演示
2	企业内部控制与风险管理目标和要素	4	4. 内部控制与风险管理的目标 5. 企业内部控制与风险管理的原则 6. 内部控制与风险管理的要素	5. 掌握内部控制与风险管理的目标 6. 理解企业内部控制与风险管理的原则 7. 理解内部控制与风险管理的要素		多媒体演示

3	企业内部控制与风险管理的内部环境建设	8	3. 内部环境概述 4. 公司治理结构 5. 企业组织架构建设 6. 审计委员会与内部审计 7. 企业人力资源建设 8. 企业文化建设	5. 理解内部环境的定义及组成部分 6. 掌握公司治理结构的组成 7. 熟悉企业组织架构建设 8. 熟悉审计委员会与内部审计关系 9. 理解企业人力资源建设 10. 掌握企业文化建设内部控制措施	通过一个成熟公司的公司治理结构帮助学生理解公司治理结构对企业管理的重要性	案例教学
4	企业内部控制方法	12	1. 制度与流程控制法 2. 授权与人员控制法 3. 预算控制法 4. 财务管理控制法 5. 考核评价控制法	9. 掌握制度与流程控制法 10. 掌握授权与人员控制法 11. 掌握预算控制法 12. 掌握财务管理控制法 13. 掌握考核评价控制法	以小组为单位，分组讨论常用内部控制方法	案例教学
5	内部控制与风险管理活动	16	1. 资产管理业务的内部控制与风险管理 2. 采购与付款业务内部控制与风险管理 3. 生产业务的内部控制与风险管理 4. 成本费用管理业务的内部控制与风险管理 5. 销售与收款业务内部控制与风险管理 6. 研究与开发业务内部控制与风险管理 7. 工程项目内部控制与风险管理 8. 外包业务内部控制与风险管理 9. 财务管理信息披露业务内部控制	熟悉和掌握企业常见的业务流程的内部控制与风险管理	以小组为单位，分组讨论案例中业务循环活动存在的风险点	案例教学

			与风险管理 10. 预算业务内部控制与风险管理 11. 合同管理业务内部控制与风险管理 12. 货币资金管理业务内部控制与风险管理			
6	企业风险管理方法	8	1. 风险的概念与分类 2. 风险管理的流程 3. 风险管理的方法	1. 掌握风险的概念与分类 2. 掌握风险管理的流程 3. 掌握常见的风险管理方法	以小组为单位，讨论风险管理方法的成功经验	案例教学
7	企业常见风险的识别与分析	8	1．企业环境层面风险的识别与分析 2．企业治理层面常见风险的识别与分析 3．企业业务层面常见风险的识别与分析	4. 掌握企业环境层面风险的识别和分析 5. 掌握企业治理层面常见风险的识别与分析 6. 掌握企业业务层面常见风险的识别与分析	以小组为单位，讨论企业环境、公司治理、企业业务层面设计识别和分析风险案例	案例教学
8	信息沟通与内部控制评价	6	4. 信息与沟通 5. 内部控制评价	4. 了解常见的沟通方式 5. 掌握内部控制评价的评价指标 6. 掌握内部控制评价的原则和方法 7. 掌握内部控制缺陷的认定 8. 掌握内部评价工作底稿和报告 9. 熟悉内部控制审计	以小组为单位，讨论信息系统风险点案例	案例教学

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

表 4　教学学时分配表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	企业内部控制导论	2	0	2
2	企业内部控制与风险管理目标和要素	2	2	4
3	企业内部控制与风险管理的内部环境建设	4	4	8
4	企业内部控制方法	8	4	12
5	内部控制与风险管理活动	12	4	16
6	企业风险管理方法	4	4	8
7	企业常见风险的识别与分析	4	4	8
8	信息沟通与内部控制评价	4	2	6
学时总计		40	24	60

（二）教学建议

1．软硬件条件

《内部控制与风险管理》教学所需场地要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

2．师资条件

（1）课程负责人：

课程负责人应该熟悉内部控制工作的理论知识和基本业务流程，具有风险管理意识，确保单位各项业务活动健康运行，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在财务管理等领域有一定影响，具有高级职称（或高级职业资格）的“双师”素质教师。

（2）主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有公司管理经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备内部控制风险管理及财务管理学知识体系的专业知识；有丰富的企业管理工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

（3）教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），在公司内部管理方面有较强的实践能力，或在事务所从事企业管理咨询工作的优秀老师。

（三）教学评价建议

对于《内部控制与风险管理》这门课程，应根据培养学生财务管理电算化应用能力这一主线，设置基本技能训练、专项技能训练和综合技术应用能力训练来形成实践教育教学的框架。理论教学以“够用”为原则，强调理论对实践的指导作用。

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“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生综合素质和职业能力培养，激发学生学习知识和学习技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力。

2．坚持仿真式教学，选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合。

3．教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。要不断改革教学方法和手段，注重以工作岗位任务引领型案例或项目教学，融“教、学、做”为一体，积极探索任务驱动、一体化教学、案例教学等多种教学方法，采取小组活动、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综合职业能力。

（四）教材及参考资料建议

1．教学资料选取原则

《内部控制与风险管理》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的内部控制相关规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是高职高专“十二五”规划教材，以理论与实践结合为主要手段的相关教材，以岗位能力培养为核心。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于内部控制与风险管理课程有前导课程，因此，教材的内容在注重公司内部控制与风险管理理论学习的同时，还应把现有精典企业案例融入教材，以便教材内容更加贴近企业管理工作的实际。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

（1）《企业内部控制》高翠莲主编；高等教育出版社；

（2）《企业内部控制与风险管理（第二版）》徐凤菊 赵新娥 夏喆主编；东北财经大学出版社有限责任公司；

（3）《中小企业内部控制与风险管理 高等职业教育财务管理专业富媒体智能型·精品系列教材》张远录 马红 李英等主编；东北财经大学出版社有限责任公司。

4．其他资源

机房、财务软件、教学课件、教学挂图、教学视频、来自企业行业的制度与管理规范、财务案例等企业生产软资源等。如：

（1）中国大学 MOOC https://www.icourse163.org/

（2）中华人民共和国财政部财务管理司 http://kjs.mof.gov.cn/

（3）中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

六、说明

1．本课程标准由财务管理专业《企业内部控制与风险管理》课程教学团合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、三审专业建设委员会：

日期：2020 年 7 月 18 日

8.《内部控制与风险管理》课程教学标准

课程代码：

课程名称：内部控制与风险管理

课程类别：理论+实践课

总学时：64 学时　　理论学时：40 学时　　实践学时：24 学时

学　　分：4 学分

适用专业：财务管理专业

预修课程：基础会计、初级会计实务、成本核算与管理、财务管理基础

开课部门：会计学院

一、课程性质

《内部控制与风险管理》是高等职业教育财务管理专业一门专业核心课程，其教学目标就是让学生掌握内部控制与风险管理的基本理论和业务技能，培养学生具备一定的建立内部控制系统能力及风险管理能力。

《内部控制与风险管理》课程是一门实践性很强的应用型课程，旨在培养学生内部控制和风险管理能力，学生通过学习既要懂得内部控制和风险管理的基本理论，又要熟练企业各项业务循环活动的风险控制点。本课程旨在引领学生善用内部控制和风险管理基础理论，通过梳理相关企业的采购与付款业务、生产业务、成本费用管理、销售与收款、研究与开发、工程管理、预算管理、外包业务、财务管理信息披露、合同管理及货币资金管理等业务循环等业务的风险点，能够运用所学知识根据企业需要建立内部控制系统。

本课程的作用是使学生掌握内部控制和风险管理的基础知识和基本技能，熟悉单位实施内部控制系统，掌握企业常见的业务循环所存在的风险点，通过风险评估，不断健全公司内控制，具备一定的风险防控能力，培养能服务地方经济建设的高素质技术技能型湘商人才。

本课程前导课程有《基础会计》、《初级会计实务》、《财务管理基础》、《经济学基础》、《管理学基础》、《成本核算与管理》等。后续课程有《Excel 在财务管理中的应用》、《预算管理》、《投融资管理》、《财务管理综合实训》。

二、课程目标

（一）总体目标

《内部控制与风险管理》课程总体目标是通过本课程的教学，学生应具备一定的完善公司治理，以风险管理为导向设计企业内部控制系统、风险的识别和分析等的职业素养与技能，培养成为企事业单位从事财务管理岗位的高技能专业人才。

本课程的基本要求是：通过开展内部环境、企业内部治理结构开展分析，对企业经营活动开展风险评估，找出企业各业务循环活动风险点，制订适合企业发展的内部控制系统。本课程遵循“以学生为主体、教师为主导”的教学理念，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展教学，以实践操作为主，注重学生实践操作能力的培养。

（二）具体目标

根据高职财务管理专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1．知识目标

（1）掌握内部控制基本原理；识别公司运营过程中的风险，对风险开展评估，提出风险应对策略。

（2）建立和完善符合现代管理要求的内部组织结构,形成科学的决策机制、执行机制和监督机制,确保单位经营管理目标的实现；建立行之有效的风险控制系统,强化风险管理,确保单位各项业务活动的健康运行；

（3）堵塞、消除隐患,防止并及时发现和纠正各种欺诈、舞弊行为,保护单位财产的安全完整；

（4)确保国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行，保障经营管理的有效性，提高经营活动的效率和效果，降低实现经营目标的不确定性；

（5）确保内外部，尤其是企业与股东之间实现真实、可靠的信息沟通，包括编制和提供真实、可靠的财务报告。

2．能力目标

能够明确各种经济业务内部控制制度的建立程序和方法，为各类企业建立和实施内部控制制度与风险管理提供理论基础和操作建议；能够找出企业各业务循环活动风险点，制订适合企业发展的内部控制系统，强化风险管理,确保单位各项业务活动的健康运行。

3．素质目标

具有严格执行财务管理等相关法律法规的工作态度和良好的职业道德；具备一定的逻辑思维能力和管理决策能力、风险管理与内部控制意识；具备与决策者和其它相关人员沟通的能力；具备崇德向善、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则的良好业务素质；具备认真细致、严谨的工作作风和敬业精神；具备沟通协作能力与风险判断意识。

三、课程内容与要求

本课程在高职教学中建议以实际企业内部控制措施教学案例为主线，以项目为载体，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展项目教学活动。教学内容包括企业内部控制与风险管理目标和要素、企业内部控制与风险管理的内部环境建设、企业内部控制方法、内部控制与风险管理活动、企业风险管理方法、企业常见风险的识别与分析、信息沟通与内部控制评价。使学生具备本专业的技术技能型湘商人才所必需的内控管理和风险管理基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	企业内部控制导论	2	8. 企业内部控制概述 9. 国外内部控制的演进历程 10. 内部控制的现实意义 11. 内控的发展 12. 我国企业内部控制规范的框架体系	8. 了解内部控制的现实意义； 9. 了解我国内部控制相关法规的发展历程。 10. 理解内部控制的概念、构成要素、内部控制的局限性。		多媒体演示
2	企业内部控制与风险管理目标和要素	4	7. 内部控制与风险管理的目标 8. 企业内部控制与风险管理的原则 9. 内部控制与风险管理的要素	8. 掌握内部控制与风险管理的目标 9. 理解企业内部控制与风险管理的原则 10. 理解内部控制与风险管理的要素		多媒体演示

3	企业内部控制与风险管理的内部环境建设	8	14. 内部环境概述 15. 公司治理结构 16. 企业组织架构建设 17. 审计委员会与内部审计 18. 企业人力资源建设 19. 企业文化建设	11. 理解内部环境的定义及组成部分 12. 掌握公司治理结构的组成 13. 熟悉企业组织架构建设 14. 熟悉审计委员会与内部审计关系 15. 理解企业人力资源建设 16. 掌握企业文化建设内部控制措施	通过一个成熟公司的公司治理结构帮助学生理解公司治理结构对企业管理的重要性	案例教学
4	企业内部控制方法	12	6. 制度与流程控制法 7. 授权与人员控制法 8. 预算控制法 9. 财务管理控制法 10. 考核评价控制法	20. 掌握制度与流程控制法 21. 掌握授权与人员控制法 22. 掌握预算控制法 23. 掌握财务管理控制法 24. 掌握考核评价控制法	以小组为单位，分组讨论常用内部控制方法	案例教学
5	内部控制与风险管理活动	16	13. 资产管理业务的内部控制与风险管理 14. 采购与付款业务内部控制与风险管理 15. 生产业务的内部控制与风险管理 16. 成本费用管理业务的内部控制与风险管理 17. 销售与收款业务内部控制与风险管理 18. 研究与开发业务内部控制与风险管理 19. 工程项目内部控制与风险管理 20. 外包业务内部控制与风险管理 21. 财务管理信息披露业务内部控制	熟悉和掌握企业常见的业务流程的内部控制与风险管理	以小组为单位，分组讨论案例中业务循环活动存在的风险点	案例教学

			与风险管理 22. 预算业务内部控制与风险管理 23. 合同管理业务内部控制与风险管理 24. 货币资金管理业务内部控制与风险管理			
6	企业风险管理方法	8	4. 风险的概念与分类 5. 风险管理的流程 6. 风险管理的方法	4. 掌握风险的概念与分类 5. 掌握风险管理的流程 6. 掌握常见的风险管理方法	以小组为单位，讨论风险管理方法的成功经验	案例教学
7	企业常见风险的识别与分析	8	4．企业环境层面风险的识别与分析 5．企业治理层面常见风险的识别与分析 6．企业业务层面常见风险的识别与分析	7. 掌握企业环境层面风险的识别和分析 8. 掌握企业治理层面常见风险的识别与分析 9. 掌握企业业务层面常见风险的识别与分析	以小组为单位，讨论企业环境、公司治理、企业业务层面设计识别和分析风险案例	案例教学
8	信息沟通与内部控制评价	6	6. 信息与沟通 7. 内部控制评价	10. 了解常见的沟通方式 11. 掌握内部控制评价的评价指标 12. 掌握内部控制评价的原则和方法 13. 掌握内部控制缺陷的认定 14. 掌握内部评价工作底稿和报告 15. 熟悉内部控制审计	以小组为单位，讨论信息系统风险点案例	案例教学

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

表 4　教学学时分配表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	企业内部控制导论	2	0	2
2	企业内部控制与风险管理目标和要素	2	2	4
3	企业内部控制与风险管理的内部环境建设	4	4	8
4	企业内部控制方法	8	4	12
5	内部控制与风险管理活动	12	4	16
6	企业风险管理方法	4	4	8
7	企业常见风险的识别与分析	4	4	8
8	信息沟通与内部控制评价	4	2	6
学时总计		40	24	60

（二）教学建议

1．软硬件条件

《内部控制与风险管理》教学所需场地要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

2．师资条件

（1）课程负责人：

课程负责人应该熟悉内部控制工作的理论知识和基本业务流程，具有风险管理意识,确保单位各项业务活动健康运行，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在财务管理等领域有一定影响，具有高级职称（或高级职业资格）的“双师”素质教师。

（2）主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有公司管理经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备内部控制风险管理及财务管理学知识体系的专业知识；有丰富的企业管理工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

（3）教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），在公司内部管理方面有较强的实践能力，或在事务所从事企业管理咨询工作的优秀老师。

（三）教学评价建议

对于《内部控制与风险管理》这门课程，应根据培养学生财务管理电算化应用能力这一主线，设置基本技能训练、专项技能训练和综合技术应用能力训练来形成实践教育教学的框架。理论教学以“够用”为原则，强调理论对实践的指导作用。

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“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生综合素质和职业能力培养，激发学生学习知识和学习技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力。

2．坚持仿真式教学，选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合。

3．教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。要不断改革教学方法和手段，注重以工作岗位任务引领型案例或项目教学，融“教、学、做”为一体，积极探索任务驱动、一体化教学、案例教学等多种教学方法，采取小组活动、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综合职业能力。

（四）教材及参考资料建议

1．教学资料选取原则

《内部控制与风险管理》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的内部控制相关规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是高职高专“十二五”规划教材，以理论与实践结合为主要手段的相关教材，以岗位能力培养为核心。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于内部控制与风险管理课程有前导课程，因此，教材的内容在注重公司内部控制与风险管理理论学习的同时，还应把现有精典企业案例融入教材，以便教材内容更加贴近企业管理工作的实际。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

（1）《企业内部控制》高翠莲主编；高等教育出版社；

（2）《企业内部控制与风险管理（第二版）》徐凤菊 赵新娥 夏喆主编；东北财经大学出版社有限责任公司；

（3）《中小企业内部控制与风险管理 高等职业教育财务管理专业富媒体智能型·精品系列教材》张远录 马红 李英等主编；东北财经大学出版社有限责任公司。

4．其他资源

机房、财务软件、教学课件、教学挂图、教学视频、来自企业行业的制度与管理规范、财务案例等企业生产软资源等。如：

（1）中国大学 MOOC https://www.icourse163.org/

（2）中华人民共和国财政部财务管理司 http://kjs.mof.gov.cn/

（3）中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

六、说明

1．本课程标准由财务管理专业《企业内部控制与风险管理》课程教学团合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、三审专业建设委员会：

日期：2020 年 7 月 18 日

2021 年核心课程标准

《公共关系实务》课程标准 3
《 广告实务》课程标准 10
《客户服务与管理》课程标准 23
《品牌经营与管理》课程标准 34
《市场调查实务》课程标准 43
《推销与谈判》课程标准 54
《销售管理》课程标准 62
《采购与供应链管理》课程标准 72
《市场营销策划》课程标准 82
《仓储与配送管理实务》课程标准 91
《国际货运代理实务》课程标准 100
《快递实务》课程标准 111
《物流成本管理》课程标准 124
《物流客户服务》课程标准 133
《运输管理实务》课程标准 141
《顾客体验与服务》课程标准 143
《连锁经营管理实务》课程标准 161
《连锁企业促销管理实务》课程标准 172
《连锁企业门店营运与管理实务》课程标准 182
《连锁企业品类管理实务》课程标准 184
《连锁企业商品采购实务》课程标准 194
《零售数据分析与应用》课程标准 214
《推销与谈判》课程标准 223
《茶席设计与茶会组织》课程标准 221
《茶叶商品知识》课程标准 241
《茶叶审评技术》课程标准 252
《茶叶销售技巧》课程标准 262
《茶艺服务与技巧》课程标准 276
《中华茶文化》课程标准 286
《 广告实务》课程标准 297

《市场营销策划》课程标准.....298
《EXCEL 在财务管理中的应用》课程标准.....308
《财务大数据分析》课程标准.....324
《财务大数据应用》课程标准.....339
《成本核算与管理)》课程标准.....353
《管理会计实务》课程标准.....368
《会计信息系统应用》课程标准.....385
《纳税实务》课程标准.....404
《企业内部控制》课程标准.....420

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《公共关系实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：市场营销教研室

联 合 开 发 单 位：湖南沃成科技有限公司

2021 年 4 月

目　录

《公共关系实务》课程标准 3
一、课程性质 3
二、课程目标 3
（一）总体目标 3
（二）具体目标 3
三、课程内容与要求 5
四、课程考核 7
1、成绩构成 7
2、考核内容与考核方式 7
五、实施建议 8
1、各教学模块学时建议 8
2、教学建议 8
3、教材及参考资料建议 8
六、说明 9

《公共关系实务》课程标准

课程代码：0205030

课程名称：公共关系实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：22 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》

后修课程：《市场营销策划》、《品牌经营与管理》、《客户服务与管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程。为适应世界经济全球化发展，使学生掌握利用沟通手段维护企业形象，把握企业生存与发展的内外部环境变化，不断提升学生对企业内外部公关事务以及公关危机的处理能力，也为培养理论基础扎实，实践能力过硬的德才兼备的具有公关事务处理能力的营销人才，特设立《公共关系实务》课。本课程开设在《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》之后，为后续课程《市场营销策划》、《品牌经营与管理》、《客户服务与管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解公共关系行业的基本知识，熟悉公共关系的发展状况，掌握公共关系构成要素、公共关系工作程序、公关专题活动设计，公共关系危机处理，公共关系礼仪等主要内容。进而能够让学生利用沟通手段去维护企业的形象，准确把握企业生存与发展的内外部环境变化，不断提升学生处理公关危机的能力。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新

时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想，也将指导学生在认知、认同和践行社会主义核心价值观的同时，深刻理解如何在公关工作任务中体现爱国主义与道德修养教育价值传播,从而取得事半功倍的效果；

（4）培养学生的公众意识，让学生学会尊重人、关心人、热爱集体、热心公益、为人民为社会多做好事，发扬为人民服务的优良传统，使学生知道利人才能利己，避免学生过分地注重自我而导致自私自利现象的发生；

（5）培养学生诚信意识，让学生认识到诚实守信是公关活动的根本原则，也是中华民族的传统美德，这样有利于提高学生的道德素质，推动职业道德建设；

（6）培养学生的沟通协调意识，使学生意识到一旦发生矛盾纠纷，应通过信息沟通，化解矛盾，协调关系，争取谅解。同时，通过情感和信息的沟通，建立一个文明高雅的团结合作的亲切的人际关系；

（7）培养学生的形象意识，让学生树立公正、为民、无私等良好形象，以获得公众认同和理解，从而赢得支持。

2.知识目标

(1) 正确认识公共关系现象，了解公共关系的基本概念；

(2) 熟悉公共关系的产生与发展状况；

(3) 掌握公共关系构成要素，公共关系工作程序，专题活动设计，公共关系危机处理，公共关系礼仪等主要内容。

3.能力目标

(1) 能利用传播沟通媒介如宣传片、电视、网络等维护企业的形象；

(2) 能够撰写公关活动策划方案，并根据方案予以实施与活动效果的评估；

(3) 能够准确把握企业生存与发展的内外部环境变化，进行舆情监测，不断提升学生企业内外公关事务以及公关危机处理的能力。

4.职业素养目标

（1）培养学生强烈的营销职业道德品质和法律意识。

（2）注重公共关系基本理论的学习和公共活动的策划，强调学以致用能力的培养。

（3）培养学生的全员公关意识。

（4）企业信誉形象至上观念。

（5）培养学生实事求是、严谨、敬业的职业态度。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	公共关系基本理论知识	①公共关系的含义和特征；	2	**教学活动：**认知实习：学生自行感悟、认知公共关系现象；案例分析，课堂讨论：成功政治家的公关形象。**思政活动：**教师应通过案例让学生认识到社会上存在的对公共关系的认识误区，并解读我国公共关系学的发展与建设，以及公共关系学对于美国政治生态环境的实践指导力。引导学生厘清什么是中国特色社会主义的公共关系学，与作为现代公共关系学发源地的美国相比，有何优势及特色，又有何需要借鉴他人成果加强自身建设的地方。	**教学要求：**掌握公共关系基础知识，学会具体运用并正确理解公共关系的基本理论。 掌握公共关系活动的基本原则与职能，知晓公共关系在社会组织中的作用。 **德育要求：**引导学生厘清什么是中国特色社会主义的公共关系学，与作为现代公共关系学发源地的美国相比，有何优势及特色，又有何需要借鉴他人成果加强自身建设的地方。
		②公共关系的职能与原则；	2		
		③公共关系的产生与发展。	2		
		④公共关系与若干概念的辨析			
2	公共关系的构成要素	①公共关系的主体：公共关系部、公共关系公司、公关公司与公关部优劣势比较；	2	**教学活动：**案例分析、讨论：公共关系人员应具备的素质和能力。 思维训练、讨论：你觉得“员工第一”和“顾客至上”	**教学要求：**了解公共关系的构成要素，学生应具备公共关系从业人员所要求的基本的能力和素质，加强自身素质和能力的提升； 掌握公众划分的基本方
		② 公共关系人员的知识素质和能力素质及心理素质；			

		③公共关系的客体：公众的概念、特征、公众划分的方法、建立良好员工关系的有效途径、建立良好顾客关系的有效途径；	4	是否矛盾？ 案例分析、讨论：让客人每天多看一遍富士山，背后体现的公关思想。 **思政活动：**从公关关系的角度分析：“子产不毁乡校”这个故事给我们什么启示。	法，学会对不同的公众采取不同的公关策略； 掌握建立良好员工关系的有效途径； 掌握建立良好顾客关系的有效途径； **德育要求：**培养学生的公众意识，使学生知道利人才能利己，避免学生过分地注重自我而导致自私自利现象的发生。
		④公共关系的传播：公共关系传播的概念、特征、模式、类型、媒介。	2		
3	公共关系工作程序	①公共关系调查	2	**教学活动：**案例分析、课堂讨论：不同组织形象状况的企业，应分别采取何种公关对策？ 案例分析、讨论：“富亚涂料”，喝出来的知名度。 **思政活动：**归纳比较分析：公共关系调查与市场调查的区别与联系。并总结出在实施公关调查过程中遇到的困难。	**教学要求：**掌握和运用具体的公共关系的调查的方法； 理解公关策划的含义与原则，掌握公关策划的内容、程序与方法，提高策划的综合能力； 掌握大型公共关系活动实施的步骤； 掌握公共关系评估标准与方法。 **德育要求：**学生通过总结公关调查中的困难，认识到团结的力量以及培养学生诚实守信的健全人格和认真敬业的工作作风。
		②公共关系策划	4		
		③公共关系实施	1		
		④公共关系评估	1		
4	公关专题活动	①公共关系专题活动的特征、目的	2	**教学活动：**模拟组织设计、角色扮演法：学校超市开业。分组写好策划方案并根据所拟定的庆典程序进行现场演示。 **思政活动：**设置情境来模拟公关活动环境，例如“开业典礼”，实时检验学生的公关理论知识的实践应用水平。	**教学要求：**理解公共关系专题活动的特征与目的；掌握公关赞助带给组织的利益与风险；掌握庆典活动的流程；掌握新闻发布会的程序。 **德育要求：**培养学生的思辨能力、分析与解决实际问题的能力，并予以实时点评。并实时检验学生的公关理论知识的实践应用水平。
		②赞助活动	2		
		③庆典活动	2		
		④新闻发布会	2		
5	公共关	①公共关系危机的含	2	**教学活动：**案例分	**教学要求：**理解公共关系

	系危机管理	义、特点、成因		析、课堂讨论：肯德基“药鸡门”事件； 案例分析、课堂讨论：圣元乳业“致死门”的危机公关； 案例分析、课堂讨论：海底捞火锅的危机公关。 **思政活动**：分享案例“自然灾害事件汶川地震中的政府公关管理工作的部署与实施及其危机处置技巧”	危机的含义、特点、成因；掌握公共关系危机处理的原则、对策，提升危机预防意识。 **德育要求**：中国政府的危机处置能力得益于中国特色社会主义的制度优势。案例不但揭示公关管理技巧对于解除公关危机的重要性,也将指导学生在认知、认同和践行社会主义核心价值观的同时,深刻理解如何在公关工作任务中体现爱国主义与道德修养教育价值传播,从而取得事半功倍的效果。
		②公共关系危机处理的原则	1		
		③公共关系危机处理的工作程序			
		④公共关系危机处理的对策	1		
		⑤公共关系危机的预防	2		
6	公共关系礼仪	①形象礼仪	2	**教学活动**：多媒体播放公关礼仪教学视频； **思政活动**：情景模拟，角色扮演：在日常公关活动当中的接待礼仪。	**教学要求**：掌握形象礼仪、日常礼仪、接待礼仪，并能在具体公关活动中的熟练运用。 **德育要求**：强化形象意识，让学生树立公正、为民、无私等良好形象，以获得公众认同和理解，从而赢得支持。
		②日常礼节礼貌			
		③公关接待礼仪	2		

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 30%。

（2）期末考试成绩占 70%。

7、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核内容包括：课堂出勤纪律，课堂发言（占 40%），作业任务（占 60%），平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第 3 学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	公共关系基本理论知识	4	2	6
2	公共关系的构成要素	6	2	8
3	公共关系工作程序	4	4	8
4	公关专题活动	2	6	8
5	公共关系危机管理	4	2	6
6	公共关系礼仪	2	2	4
	学时总计	22	18	40

2、教学建议

（1）教学方法多样化

以教师课堂讲授为主，采用案例分析、课堂讨论、项目教学、头脑风暴、情景模拟、讲练结合等多种教学方法，让学生体验到企业的公共关系工作的实际情景，促使学生从掌握理论知识向提高动手能力转变，为学生走向社会打下良好的基础；采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（4）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段增加课堂信息量，提高课堂教学效率，提高教学的有效性。

（5）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 6-8 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟。

（4）主讲老师要求：任课教师应具有扎实理论基础和一定的实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

邢伟、徐盈群主编，《公共关系》（第二版），高等教育出版社，2020 年

（2）参考书

文泉，《国际商务礼仪》，中国商务出版社，2009 年版

侯平，《公共关系学》，中国社会出版社，2016 年版

霍瑞红，《公共关系实务》（第 3 版），中国人民大学出版社，2020 年版

（3）参考网络资源

https://www.cnki.net/中国知网

http://www.chinapr.com.cn/中国公关网

六、说明

1、本课程标准由市场营销教研室专业教学团队、湖南沃成科技有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：

4、初审：

5、二审：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 7 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《广告实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：市场营销教研室

联 合 开 发 单 位：一品仙有机茶业有限公司

2021 年 4 月

目　录

《 广告实务》课程标准.....12
一、课程性质 12
二、课程目标 12
（一）总体目标.....12
（二）具体目标.....12
三、课程内容与要求 14
四、课程考核 17
1、成绩构成.....17
2、考核内容与考核方式.....17
五、实施建议 19
1、各教学模块学时建议.....19
2、教学建议.....19
3、教材及参考资料建议.....20
六、说明.....21

《 广告实务》课程标准

课程代码：0104227

课程名称：广告实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：28 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业以及商贸流通专业群其他专业

先修课程:《经济学基础》《消费者行为学》《市场营销实务》《市场调查实务》

后修课程:《市场营销策划》、《品牌经营与管理》《客户服务与管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《广告实务》是市场营销专业开设的一门专业核心课，也是一门理实一体的项目化课程，也是商贸流通专业群其他专业的能力拓展课程，在整个市场营销课程体系中，处于核心的地位。本课程旨在培养具有现代广告营销理念的应用型商贸类技术人才，教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告预算和广告效果评估等。通过本课程的学习，使学生对现代广告学的理论和实务操作方法和技巧有一定了解和掌握，能够进行基本的广告调查广告策划和广告文案撰写工作。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解中国广告活动的现状与发展趋势，掌握广告调研、广告策划、广告效果评估测定、广告预算和广告法等相关知识，具备学生进行广告案例分析和广告策划的专业能力，具有现代广告营销理念和正确的广告价值观、擅长灵活运用广告进行营销的专门人才，为能够胜任市场策划主管工作岗位提供技能和素质支持。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生善于沟通、合作和交流的团队精神；

（2）培养学生形成正确的广告价值观；

（3）培养学生尊重竞争对手的职业习惯；

（4）培养学生诚信经营、杜绝虚假广告的商业思维；

（5）培养学生良好的广告职业道德以及社会责任心；

（6）培养学生强烈的广告法律意识。

2.知识目标

（1）了解国内外广告活动的历史、现状和最新发展；

（2）正确认识广告与广告活动的性质和功能；

（3）全面认识广告活动的全过程及各个环节；

（4）掌握广告活动的内在规律；

（5）掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法；

（6）广告法律知识。

3.能力目标

（1）具有广告优劣评判能力；

（2）能够对广告实例进行专业深入的分析；

（3）能迅速领会新的广告创意模式和新的媒体形式；

（4）能够为企业策划广告方案；

（5）善于运用广告为企业解决实际营销问题。

4.素质目标

（1）具备良好的广告文化品位；

（2）具备良好的广告敏感度；

（3）形成广告鉴赏的职业习惯；

（4）具有创新意识和创造性广告思维；

（5）具备良好的商业审美素养；

（6）具备良好的广告职业道德。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

<table>
<tr><th rowspan="2">序号</th><th rowspan="2">工作任务模块</th><th colspan="2">课程内容及课时配比</th><th rowspan="2">活动设计</th><th rowspan="2">要求</th></tr>
<tr><th>课程内容</th><th>课时</th></tr>
<tr><td rowspan="4">1</td><td rowspan="4">项目一：认知广告</td><td>①知名广告网站、经典广告作品赏析</td><td rowspan="2">2</td><td rowspan="4">教学活动：
⑤ 经典广告作品赏析。
⑥ 教师讲解相关知识点：广告起源和发展，广告的概念、要素和分类，广告法律知识。
⑦ 教师引导学生梳理广告策划的流程。
思政活动：分析经典的“争议”广告</td><td rowspan="4">教学要求：
①掌握广告的概念；
②了解广告的起源和发展；
③掌握广告的分类；
④掌握广告的构成因素；
⑤掌握广告策划流程。
任务要求：
① 说出 10 个你最熟悉的广告；
② 分组并设计团队形象、团队口号；
③ 各小组选择项目任务。

德育要求：
学生了解广告中需要树立正确的价值观，尊重竞争对手，尊重不同文化，促进良好的社会风尚，杜绝虚假广告，遵守广告法相关规定。</td></tr>
<tr><td>②广告的起源与发展</td></tr>
<tr><td>③广告概念、要素、广告法律知识</td><td rowspan="2">2</td></tr>
<tr><td>④广告策划的流程</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2</td><td rowspan="2">项目二：实施广告调查</td><td>①广告调查性质、内容</td><td>2</td><td rowspan="2">教学活动：①教师下发任务书（如何设计和实施广告调查）。②教师讲解相关知识点：广告调查性质、内容，广告调查的程序。③教师解答学生提出问题。
思政活动：主题讨论广告调查设计和实施中的职业素质要求</td><td rowspan="2">教学要求：
⑯ 掌握广告调查的基本依据和方法；
⑰ 能设计符合要求的广告调研程序；
⑱ 能合理设计和实施市场调查。
任务要求：
根据任务背景，按照要求设计和实施广告调查。
德育要求：
学生形成严谨的广告工作态度，实事求是的调查思维。</td></tr>
<tr><td>②设计广告调查的程序</td><td>2</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3</td><td rowspan="2">项目三：制定广告定位和诉求策略</td><td>①广告目标设计的原则和方法；</td><td rowspan="2">4</td><td rowspan="2">教学活动：①教师下发任务书（如何广告定位和诉求策略）。②教师讲解相关知识点：广告目标设计的原则和方</td><td rowspan="2">教学要求：
①掌握广告目标设计的原则和方法；
②能够对广告进行准确定位；
③围绕广告战略目标选</td></tr>
<tr><td>②广告定位策略</td></tr>
</table>

		③广告对象和地区的选择	2	法、广告定位策略、广告对象和地区的选择、广告诉求策略。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**案例分析感性诉求广告策略中容易出现的道德问题。	择合适的广告对象和地区； ④了解广告策略的含义、特点及作用； ⑤明确广告定位策略、广告定位策略主要内容； ⑥能结合企业实际，制定出适合的广告定位策略和诉求策略。 **任务要求：** 根据任务背景，为企业制定广告定位和诉求策略。 **德育要求：** 学生懂得在运用广告策略时尊重不同文化、不同风俗、不同类型的受众。
		⑤广告诉求策略	2		
4	项目四：制定广告媒体策略	①媒介概念与类型、媒介分析	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何制定广告媒体策略）。②教师讲解相关知识点：媒介概念与类型、广告媒体选择的原则和方法、传统广告媒体和新媒体应用的方法和技巧。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**小组讨论“如何辩证地看待各个媒体的优缺点”	**教学要求：** ①掌握合理制定广告媒体策略的要求； ②能结合企业实际，制定出适合的广告媒体策略。 **任务要求：** 根据前面制定的定位策略和诉求策略，制定广告媒体策略。 **德育要求：** 学生摈除偏见和主观喜好，客观地看待各个媒体，选择适合本小组项目的媒体组合。
		②广告媒体选择的原则和方法	2		
		③传统广告媒体应用的方法和技巧	4		
		④新媒体应用的方法和技巧	2		
5	项目五：设计广告创意	①广告创意在广告活动中的地位	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何设计广告创意）。②教师讲解相关知识点：广告创意的地位、广告创意设计的原则和方法。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**小组头脑风暴设计创意，总结小组创意设计中的沟通问题。	**教学要求：** ①了解广告创意在广告活动中的地位； ②掌握广告创意的含义和广告创意的原则； ③掌握广告创意设计的方法； ④能够运用广告创意设计的方法，设计广告创意。 **任务要求：** 根据广告目标和选择的广告媒体，为企业设计广告创意。 **德育要求：** 学生能理解在运用头
		②广告创意设计的原则			
		③广告创意设计的方法	2		

					脑风暴法进行创意设计是，需要遵循延迟批判原则和禁止批评原则。
6	项目六：设计广告文案	①广告文案的概述	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何设计广告文案）。②教师讲解相关知识点：传统广告媒体文案和新媒体广告文案的设计要点。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**案例分析广告文案中蕴含的价值观	**教学要求：** ①了解广告文案的作用； ②能够结合广告目标，针对不同媒介，设计出合适的广告文案。 **任务要求：** 根据任务背景、广告目标和选择的媒介，结合广告创意设计广告文案。 **德育要求：** 学生懂得在广告文案中、尊重竞争对手、尊重不同文化、注重形成良好的示范作用和社会效果，力求在广告策划中传递富有正能量的价值观。
		②传统广告媒体文案的设计	4		
		③新媒体广告文案的设计	2		
7	项目七：制定广告预算	①广告预算的方法	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何制定广告预算）。②教师讲解相关知识点：广告预算的方法、广告费用的组成、各常见媒体的广告费用。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**主题讨论“制定广告预算时最重要的原则是什么？”。	**教学要求：** ①掌握广告预算的方法； ②了解广告费用的组成部分； ③熟悉各大常见媒体广告费用； ④能制定合理的广告预算。 **任务要求：** 根据任务背景，结合广告目标和广告策略，制定合理的广告预算。 **德育要求：** 学生理解在制定广告预算时不能凭空想象，应该以实事求是的态度，依据真实的标准制定预算。
		②广告费用的组成部分	2		
		③各常见媒体广告费用			
8	项目八：评估广告效果	①广告效果评估的概念	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何评估广告效果）。②教师讲解相关知识点：广告效果评估的概念，广告心理效果评估、社会效果评估、经济效果	**教学要求：** ①了解广告效果评估的概念； ②掌握广告心理效果评估的方法； ③掌握广告社会效果评估的方法； ④掌握广告经济效果
		②广告心理效果评估的方法			
		③广告社会效果评估的方法	2		

		④广告经济效果评估的方法	2	评估的方法。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**小组讨论“企业应如何避免广告产生负面的社会效果？”	评估的方法； ⑤能够灵活运用广告效果评估的方法，为广告设计效果评估方式。 **任务要求：** 根据任务背景，结合广告目标和广告策略，制定合理的广告效果评估方法。 **德育要求：** 学生理解广告对社会文化道德和意识形态的所产生的影响，在效果评估中重视对社会效果的评估。

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 50%。

（2）期末考试成绩占 50%。

8、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（3）平时考核内容包括：课堂出勤纪律（占 20%）、课堂表现（占 20%）、德育素养（占 20%）、作业任务（占 40%）（项目任务评价标准见表 2 所示），平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

（4）期末考核：采用广告实务学习通题库抽查的考核方式，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为上机考试。考试时间 120 分钟，其中广告策划方案评价标准见表 3 所示。

表 2 项目任务评价标准

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90-100）	良（80-89）	中（70-79）	及格（60-69）
1.小组成员相互协作及对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2.项目成果（60%）	小组互评*0.4+教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
3.交流及表达能力（20%）	教师评价*0.6+小组互评*0.4	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷使人印象深	能用专业语言正确较为流利地与进行交流及 PPT 的讲述，	能用专业语言正确地进行交流和 PPT 讲述	能用专业语言基本正确地进行交流和 PPT 的讲述，无重大

		刻	声音洪亮。		失误。
4. 学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5. 团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

表 3 广告策划方案评价标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养（20分）	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理 （5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力		10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品（80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析（1 分）、消费者分析（1 分）、竞争对手定位以及以往广告分析（1 分）、产品的特点分析（1 分），市场分析比较确切（2 分）	
		市场策略	7	营销目标明确（1 分）、产品定位比较准确（3 分）、广告目标具体（3 分）	
		广告表现	20	广告诉求对象合适（2 分）、广告主题醒目（3 分）、广告创意（广告语、广告片等）符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点（15 分）。	
		广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用 3 种以上不同的媒介方式。 （每种合适媒介 3 分，组合合理 3 分）	
		广告预算	10	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（4 分），活动经费预算合理可行，分配妥当（6 分）。	
		广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括 3 种以上评估方法，每种 1 分）	
	创新方面		5	方案有新的创意，见解独到	

小计	100	

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程的总课时为40，建议在第4学期开放。教学学时分配建议如下表4所示。

表 4 教学学时分配建议表

教学单元	理论课时	实践课时	合计
项目一：认知广告	2	2	4
项目二：实施广告调查	2	2	4
项目三：制定广告定位和诉求策略	4	4	8
项目四：制定广告媒体策略	7	3	10
项目五：设计广告创意	2	2	4
项目六：设计广告文案	5	3	8
项目七：制定广告预算	2	2	4
项目八：评估广告效果	4	2	6
合计	28	20	48

5、教学建议

以调动学生积极性为核心，以实践教学为主线，多种教学方法并用，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练。

（1）教学方法多样化

①项目教学法

整个课程教学采用一个实际企业委托的项目为主线，将学生进行模拟分组，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

②任务驱动法

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行，学生在教师的引导下开展探究性学习，通过参与任务解决的过程，实现学生主动学习，学与做相结合。

③情景教学法

根据学生的特点和心理特征，以及企业广告策划的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。

④角色扮演法

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

⑤其他教学方法

除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善以参与式、体验式、交互式和模拟教学等实践教学为基本形式的多种方法。

A.头脑风暴法。针对讲授中、案例中、学生身边提出的问题，由学生应用所学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

B.案例分析。案例分析是教学联系实际的特色形式，本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。

C.网络冲浪。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解目标企业的广告，搜集最新广告信息，学习广告最新知识，思考与分析现实问题。

D.广告沙龙。

（2）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段增加课堂信息量，提高课堂教学效率，提高教学的有效性。

（3）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 6-8 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟训练。

（4）主讲老师要求：任课教师应具有扎实理论基础和一定的广告实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

教材需体现“把需要工作的学生培养成能够适应营销岗位工作需要的创新型营销合格职业人”的理念。教材内容体现职业性、先进性、通用性、实用性，能够培养营销职业岗位需要的发现顾客需求、满足顾客需求的职业能力。教材中实践教学活动设计的内容具体，并具有可操作性。

推荐教材：

①《广告学—理论、实务、案例、实训》，高等教育出版社，金立其、刘觅主编；

②《广告原理与实务》高等教育出版社，王宏伟、芦阳主编。

（2）参考书

①《广告原理与实务》 ，王吉方主编，机械工业出版社，2010 年；

②《广告理论与实务》，赵明剑，王兴为，北京交通大学出版 2009 年。

（3）参考网络资源

①中国广告人网 (http://www.chinaadren.com/)

②中国广告门户网 (http://www.yxad.com/)

③广告网—广告传媒行业第一门户(http://www.cnad.com/)

④素材公社(http://www.toooopen.com/work/view/12820.html)

⑤广告买卖网（ http://www.admaimai.com /）

六、说明

1、本课程标准由商贸流通专业群教学团队、一品仙有机茶业有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、修订：

5、初审（教研室主任或专业带头人）：

6、二审（二级学院、教学部负责人）：

7、审定：

日期： 2021 年 4 月 9 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《客户服务与管理》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：市场营销教研室

联 合 开 发 单 位：湖南省唐羽茶业有限公司

2021 年 4 月

目　录

《客户服务与管理》课程标准 25
一、 课程的性质 25
二、课程目标 25
（一）总体目标 25
（二）具体目标 26
三 课程内容与要求 26
四、 课程考核 30
1、成绩构成 30
2、考核内容与考核方式 31
五、实施建议 31
1、各教学模块学时建议 31
2、教学建议 31
3、教材与资料建议 32
六、说明 32

《客户服务与管理》课程标准

课程代码：0104221

课程名称：客户服务与管理

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《商务礼仪》、《市场调查实务》、《市场营销策划》、《品牌经营与管理》

后修课程：《专业技能综合实训》 《毕业实习》 《毕业设计》

开课部门：经济贸易学院

二、课程的性质

《客户服务与管理》是湖南商务职业技术学院市场营销专业构建 “工作过程为导向的”新课程体系中的一门专业课程，属于高职市场营销类专业开设的专业理论课程。

通过本课程的学习：一方面培养学生良好的客户服务意识和态度、服务心理和品格、塑造良好的服务形象等基本职业素养；另一方面，培养学生客户服务与管理的基本方法和技能，这些技能是今后就业岗位中必备的服务技能；通过工学结合、项目导向的教学模式的应用，将学生就业中必须具备的勤奋、奉献、创新、诚信、快速反应意识和团队合作、沟通协调、自我学习的职业素养和道德素养贯穿于课程的整个教学过程中，为学生毕业以后处理各种营销工作情景打下基础；通过客户服务与管理的学习，提高学生挖掘客户需求、发现客户需求、满足客户需求的能力。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程学习，使学生掌握客户服务与管理的基本概念和理论、不同类型客户的服务技巧等知识，引导树立学生理解“客户至上”服务理念，培养学生客

户分级管理、客户维护、客户投诉处理等方面的能力，以提升学生综合市场营销能力与素质。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生用实际行动践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观，人生观和价值观；

（3）培养学生敬业，理性，诚信，尊重他人的职业素养，在处理客户的投诉的过程中，理性，公正的处理问题。

（4）培养学生踏实肯干，求真务实的品格。在跟客户沟通的过程中，注意把握分寸。

2．知识目标

（1）掌握客户服务与管理的基本概念、基本原理；

（2）学生掌握不同类型客户的服务技巧；

（3）客户服务与管理理论在顾客服务礼仪、沟通技巧、服务技巧、客户投诉处理技巧等领域的应用；

（4）对顾客服务礼仪、沟通技巧、服务技巧、客户投诉处理技巧的优化方法。

3．能力目标

（1）具有获取和使用信息的能力；

（2）具备企业客户服务与管理流程诊断与优化的能力；

（3）掌握客户服务与管理的基本分析思路和分析方法；

（4）具有制订工作计划并解决实际业务问题的能力；

（5）具有较好的学习新知识和新技能的能力。

4、职业素养目标

（1）具有良好的职业道德；

（2）具有良好的沟通、交流以及处理人际关系的能力；

（3）具有诚信品质、敬业精神、责任意识和遵纪守法意识；

（4）具有客户利益至上的服务意识。

三 课程内容与要求

编号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求

1	认识客服	①识别客户； ②识别优质客户； ③识别客服职业； ④经典客服案例分析。	2 2	通过了解、讨论和分析各种有代表性的案例；如海底捞、东方饭店、迪拜帆船酒店等，略客服魅力。 **思政活动**：学习通上进行主题讨论，案例：南大宿管阿姨的3D黑板报，并发表自己的看法。	**教学要求：**掌握客服的概念及重要性。 **德育要求：**尊重服务职业，尊重每一位服务一线的服务人员，职业没有贵贱之分，应该要干一行、爱一行、专一行，行行都可以干出自己的特色和风采。
		①仪容； ②仪表； ③仪态； ④客户电话服务礼仪； ⑤名片使用礼仪；	2		
3	顾客服务中的沟通技巧	①沟通基础知识； ②倾听技巧；提问技巧； ③有效沟通的语言； ④身体语言的运用； ④微表情； ⑤服务话术； 沟通技巧的课堂实训	2 2 2	①分析各种典型沟通案例 ②几种常见的提问、倾听、身体语言的模拟训练； ③读心术测试 ④我来比划你来猜 **思政活动：**学习通上进行主题讨论，研读钟南山院在武汉封城照片、进大步走入人民大会堂领奖的照片中的微表情和肢体语言。	**教学要求：** ①掌握沟通的基本要素和基本方式； ②掌握倾听的技巧，如何成为一个好的聆听者； ③掌握提问和身体语言的运用； ④掌握微表情的识别与运用； ⑤掌握服务话术的运用； **德育要求：**不仅仅在工作中要注意沟通技巧，在生活中也要做一个高情商、会说话、与人为善、善解人意、文明用语、传播正能量的当代有为青年。

4	顾客服务技巧	①服务意识和态度； ②服务心理与品格； ③顾客体验与服务中的基本接待技巧； ④微笑服务；	2	①欢迎顾客的到来的基本流程和技巧； ②自拍一张微笑照片； ③学习通赏析蒙娜丽莎的微笑； ④学习通主题讨论里里赞美一位同学； ⑤不同行业和业态的服务技巧案例分析； **思政活动**：学习通上进行主题讨论，搜集并讨论武汉疫情期间举国上下团结一心抗疫的感人服务案例。	**教学要求：** ①掌握服务意识和态度； ②掌握服务心理与品格； ③掌握客接待客户的技巧； ④掌握微笑服务的方法和技巧 ⑤掌握如何赞美顾客 ⑥掌握如何拒绝顾客。 ⑦掌握理解和挖掘客户需求、满足客户需求和期望的技巧； **德育要求：** 具备良好的服务意识和态度，在服务过程为顾客提供周到、真诚热情、主动的服务；具备良好的服务心理与品格，正确地认识自己的工作性质、尊重热爱自己的工作、愿意积极主动、精力充沛并地顾客提供服务，不把自己的不良情绪带给消费者。
		⑤赞美技巧； ⑥如何拒绝客户； ⑦顾客体验与服务中理解和挖掘客户需求、满足客户需求和期望的技巧；	2		
		课堂实训：不同行业和业态的服务技巧案例分析；	2		
5	不同类型的顾客服务技巧	①不同个性特征的客户服务技巧；	1	①分组尝试对客户以星座、生肖、血型、气质、性别、年龄、国度、地域、省份等进分类，并总结其行为特征； ②总结不同类型顾客需求特点； ③总结不同顾客应对方法和服务技巧。 **思政活动**：学习通上进行主题讨论，对比21年3月中美会谈期间面对霸道的美国中国的回应态度、接下来的中俄外长桂林会晤中国热情友好的待客态度。	**教学要求：** ①掌握不同类型客户的行为特征； ②掌握不同类型客户的需求特征； ③掌握不同类型客户的应对方法。 **德育要求：**在客户服务中诚实守信、公平买卖、童叟无欺、不强买强卖、不误导消费者；不泄露、出卖客户的个人资料，不能欺软怕硬，不嫌贫爱富、应该恪守职业道德
		②不同行为模式的客户服务 技巧；	1		
		③不同异议的客户服务技巧；	1		
		④棘手客户的服务技巧。	1		
		不同类型客户服务课堂实训	2		

6	服务创新	①超值服务：	1	①思考与讨论：服务创新的动力是来源于客户的需求； ②案例分析：学习通上各种创新服务案例的分享和讨论； ③根据某一服务行业中的实际情况存在问题或不足，进行服务创新或优化设计。 **思政活动**：学习通上进行主题讨论，举例说明抗击疫情期间，服务科技化发挥的重大作用。	**教学要求：** ①了解超值服务的内容； ②掌握顾问式服务、服务人性化、服务个性化、服务体验化、服务科技化。 ③能够合理设计创新服务。 **德育要求：**服务创新的内容和手段不能违反法律法规，不能有悖公序良俗，服务创新内容应该符合社会主义核心价值观。
		②顾问式服务，服务人性化，服务个性化，服务体验化、服务科技化。	3		
		③服务理念创新	1		
		服务创新课堂实训	2		
7	顾客投诉的处理技巧及综合训练	①客户投诉的原因； ②有效处理客户投诉的意义；	1	①技能抽查顾客投诉处理方案标准学习； ②分析技能抽查标准题库：顾客投诉模块案例的处理方案； **思政活动**：学习通上进行主题讨论，搜集并讨论网上碰瓷，恶意维权案例。	**教学要求：** ①掌握顾客投诉的原因、重要意义； ②掌握处理顾客投诉的基本方法和技巧。 ③掌握投诉带来的危机处理方法； ④能够撰写完整的顾客投诉方案。 **德育要求：**做为服务人员不能以强欺弱，不能刻意制造消费陷阱、刁难坑害顾客，做为消费者不能碰瓷商家、恶意维权。
		③一般处理投诉的技巧； ④不同类型投诉及重大投诉的处理技巧； ⑤投诉带来的危机处理；	2		
		⑥熟悉技能抽查顾客投诉处理方案标准，撰写投诉处理方案。	3		

8	网络时代的客服	④ 网络客服的概念、特征、优点、缺点； ⑤ 几大有代表性的电商网站服务特色； ⑥ 电商新秀：如直播带货、毒等创新网络服务特色。	2	③ 每组选定不同的大众电商巨头（如：淘宝、天猫，京东、唯品会、拼多多等），对其服务特色进行讨论、总结。 ④ 每组选一组小众电商平台新秀（直播带货、美丽说、小红书、毒、蘑菇街等），对其服务特色进行讨论、总结。 **思政活动：**学习通上进行主题讨论，低俗的网络直播引诱观众打赏、通过网络销售假冒伪劣产品给社会带来的危害。	**教学要求：** ①网络客服的概念、特征、优点、缺点； ②几大有代表性的电商站服务特色； ③电商新秀的创新网络服务特色。 **德育要求：**做为服务人员不能用网络平台从事非法交易或服务活动，不管是线上的网络服务还是线下的实体店服务，都应遵纪守法，诚实守信，做为消费者应该抵制各种低俗、非法商业网络运营平台。
9	客服中的服务安全知识	①各种急救知识。 ②各种安全防范知识。	1 1	①标准的心肺复苏急救视频演示；食物噎住-海姆立克急救法视频演示；溺水急救视频演示等 ②地震、火灾、电梯故障等安全事故的预防及急救知识相关的案例分析和视频展示。 **思政活动：**学习通上进行主题讨论，搜集并讨论运用安全急救知识挺身而出紧急救人的案例。	**教学要求：** 能熟练掌握各种安全急救的理论知识和实操技能，并能灵活应用于实践。 **德育要求：**在保证自身安全的前提下，遇到各种紧急突发安全事件时，应该迎难而上、挺身而出，运用自己做学安全知识积极救助需要帮助的人和事。

五、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 50%。

（2）期末考试成绩占 50%。

9、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核内容

①课堂表现（40%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。课堂表现成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

②实践操作（60%）

其中：礼仪展示（10%），沟通情境分析（15%），不同顾客服务技巧分析（15%），顾客服务创新（20%），顾客投诉处理方案（40%）。

（2）期末考核：采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。其中：客服知识、原理、方法占 60%，客服案例分析占 40%。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认识客户服务	2	2	4
2	客户服务礼仪	2	2	4
3	客户服务中的沟通技巧	3	3	6
4	客户服务技巧	3	3	6
5	不同类型客户的服务技巧	3	3	6
6	服务创新	2	2	4
7	客户投诉的处理技巧	3	3	6
8	网络时代的客户服务	2	2	4
学时总计		20	20	40

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目

的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化

利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率，具体来说：

①播放视频案例，让学生拥有更直观的感受；

②让学生自己课程 PPT，培养收集信息、处理信息的能力，并提高电脑使用能力；

③进行网上布置作业、网上批改作业、网上论坛与教学咨询；

④开展网上查阅资料信息。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）主讲教师要求：应具有扎实的客户服务专业理论知识和丰富的企业客户服务经验。

3、教材与资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以店铺顾客服务与管理的业务流程为主线，将店铺顾客服务与管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材，优先选用高职高专规划教材。

（2）参考书

①《店铺顾客服务与管理实务》，李先国、曹献存主编，清华大学出版社 ；

②《客户服务与管理：项目教程》(第 2 版)方玲玉、李琳娜主编，电子工业出本社。

（3）参考网络资源

①中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

②中国客服务网 http://www.cncs100.com/

六、说明

1、本课程标准由营销专业专业教学团队、湖南省唐羽茶业有限公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：　2020 年 7 月 20 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《品牌经营与管理》课程标准
（2021年版）

制订部门（教研室）：市场营销教研室

联合开发单位：湖南车主之家汽车服务有限公司

2021 年 4 月

目　录

《品牌经营与管理》课程标准 36
一、课程性质 36
二、课程目标 36
（一）总体目标 36
（二）具体目标 36
三、课程内容与要求 38
四、课程考核 40
1、成绩构成 40
2、考核内容与考核方式 40
五、实施建议 40
1、各教学模块学时建议 40
2、教学建议 41
3、教材及参考资料建议 42
六、说明 42

《品牌经营与管理》课程标准

课程代码：0102056

课程名称：品牌经营与管理

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：32 学时　　实践学时：8 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》、《广告实务》、《公共关系实务》

后修课程：《客户服务与管理》、《销售管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程。为了企业品牌管理更有序，达到品牌价值高和逐步成为国际品牌的目的，培养学生在品牌上全面的知识与能力，特设立《品牌经营与管理》课。本课程开设在《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》、《广告实务》、《公共关系实务》之后，为后续课程《客户服务与管理》、《销售管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解中国品牌管理发展的现状与未来趋势，掌握品牌定位、品牌设计、品牌传播与推广、品牌延伸、品牌危机管理、品牌资产管理的基本知识，培养学生打造品牌、维护管理品牌的能力，使学生能够针对具体产品进行品牌定位、品牌设计，能够针对具体的品牌选择合适的品牌传播载体进行推广策划，为学生的可持续发展打下良好的基础。同时本课程通过大量的大企业品牌管理与推广的成功案例，通过阐述其发展过程，分析其成功的原因，进而培养学生在品牌建设、推广与维护上全面的知识和能力。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观。

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想。

（4）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，在品牌危机的处理过程中，不弄虚作假，不欺骗消费者。

（5）培养学生的沟通协调意识，使学生意识到一旦发生矛盾纠纷，应通过信息沟通，化解矛盾，协调关系，争取谅解。同时，通过情感和信息的沟通，建立一个文明高雅的团结合作的亲切的人际关系。

2.知识目标

(1)理解品牌的内涵、作用与功能。

(2)掌握品牌的种类。

(3)掌握品牌定位的内涵及步骤。

(4)掌握品牌定位的方法选择。

(5)掌握品牌命名的策略与方法。

(6)掌握品牌标志及口号设计的定义与作用。

(7)掌握品牌整合传播的概念、特点、要素及策略。

(8)掌握品牌延伸的内涵、作用及风险。

(9)掌握品牌危机的处理。

(10)掌握品牌资产的要素构成。

3.能力目标

(1)能够针对具体产品进行品牌定位、品牌名称与标识设计。

(2)能够对企业品牌进行品牌口号设计。

(3)能够针对具体的品牌选择合适的品牌传播载体进行推广策划。

(4)能够及时对品牌危机做出处理并不断地进行品牌维护。

(5)能够运用品牌延伸的理论分析品牌延伸实践中的现象。

(6)能够合理评估品牌资产的价值，帮助企业了解品牌建设的投入与产出。

4.职业素养目标

(1)学生“用户需求”至上的意识、品牌意识、坚守质量意识与工匠精神。

(2)培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神。

(3)培养遵纪守法，忠于国家与组织，忠于职守精神。

(4)培养团队合作精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	品牌概述	①品牌的内涵	2	**教学活动**：①自主学习：学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法。②小组讨论与学习、案例分析：通过课外查阅资料了解品牌的内涵。**思政活动**：分享 2017 年 4 月 24 日，国务院印发的《国务院关于同意设立“中国品牌日”的批复》。	**教学要求**：①理解品牌的内涵、构成要素；②掌握品牌作用与功能；③掌握品牌的特征；④掌握品牌的种类。**德育要求**：认识到打造中国优秀品牌的重要性，培养学生深厚的爱国情感和中华民族自豪感。
		②品牌的作用与功能	2		
		③品牌的种类	2		
2	品牌定位	①品牌定位的概述	2	**教学活动**：①案例分析、讨论：通过不同的案例来判断分别使用了什么品牌定位方法。②自主学习：学生通过多媒体课堂获得所需知识和方法。**思政活动**：分享案例巴菲特的投资秘诀，思考如何让品牌在消费者心中建立一个独特的品牌形象。	**教学要求**：①理解品牌定位的概念；②熟悉品牌定位作用及步骤；③掌握品牌定位的方法选择。**德育要求**：认识品牌定位的重要性，实现与消费者的有效沟通，培养学生的沟通协调意识，通过情感和信息的沟通，为品牌树立一个独一无二的形象。
		②品牌定位的方法选择	2		
		③品牌定位的实施	2		
3	品牌设计	①品牌名称设计	2	**教学活动**：①案例分析、讨论：汽车车名的来源。②观看动画思考动画中所提到的问题。③品牌	**教学要求**：①理解品牌名称设计的内涵、重要性及原则；②掌握品牌名称设计的技巧；③掌握品牌标志设计的定
		②品牌标志设计	2		

		③品牌口号设计	2	名称设计的测验。 **思政活动**：举一些著名品牌的品牌口号，哪些体现了敬业报国、追求卓越的企业精神。	义、作用及原则；④掌握品牌口号设计的作用。 **德育要求**：强化形象意识，让学生树立公正、为民、无私等良好形象，以获得公众认同和理解，从而赢得支持。
		④品牌形象代表设计	2		
4	品牌传播与推广	①品牌传播载体选择	2	**教学活动**：①案例分析、讨论。②观看动画思考动画中所提到的问题。③品牌传播实施测验。 **思政活动**：从疫情切入，结合疫情期间发生的不诚信行为，引出品牌传播与推广应把握的原则。	**教学要求**：①理解品牌传播的定义；②掌握品牌传播载体的定义、类型；③掌握品牌整合传播的概念、特点及策略。 **德育要求**：培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格。
		②品牌传播媒体选择	4		
		③品牌传播实施	2		
5	品牌延伸	①品牌延伸的内涵	2	**教学活动**：①案例分析、讨论：探析康师傅的品牌延伸策略。②观看动画思考动画中所提到的问题。 **思政活动**：从品牌延伸的风险与规避的角度来分析海尔集团走多品牌道路的原因。	**教学要求**：①熟悉品牌延伸的内涵、方式与类型；②掌握品牌延伸的作用与风险；③掌握品牌延伸的策略及步骤。 **德育要求**：学生根据案例明白企业不能为了发展而盲目的进行品牌延伸，培养学生谨慎敏锐的人格与和认真敬业的工作作风。
		②品牌延伸的作用与风险	4		
6	品牌危机管理	①品牌危机的内涵与成因	2	**教学活动**：①案例分析、讨论。②观看动画思考动画中所提到的问题。 **思政活动**：分享案例酒鬼酒塑化剂超标的案例，分析总结品牌危机	**教学要求**：①掌握品牌危机的成因；②掌握品牌危机的类型；③掌握品牌危机处理的技巧。 **德育要求**：通过案例分析培养学生诚实守信、
		②品牌危机的处理	2		

				处理过程中真诚沟通的重要性。	求真务实、勤奋踏实的品格，在品牌危机的处理过程中，不弄虚作假，不欺骗消费者。
7	品牌资产管理	①品牌资产的概述 ②品牌资产价值评估	2	**教学活动**：①案例分析、讨论。②观看动画思考动画中所提到的问题。③品牌资产的构成测验。 **思政活动**：分享资料之华为近几年的研发投入，分析品牌资产的构成。	**教学要求**：①理解品牌资产的内涵；②掌握品牌忠诚度；③掌握品牌知名度。 **德育要求**：学生根据提供的案例能够充分认识到基础科学的重要性，培养学生养成正确的世界观、人生观和价值观。

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 30%。

（2）期末考试成绩占 70%。

10、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核内容包括：课堂出勤纪律，课堂发言（占 40%），作业任务（占 60%），平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程的总课时为40，建议在第4学期开放。教学学时分配建议如下表2所示。

表 2 教学学时分配建议表

教学单元	理论课时	实践课时	合计
品牌概述	6	0	6
品牌定位	4	2	6
品牌设计	6	2	8

品牌传播与推广	6	2	8
品牌延伸	4	2	6
品牌危机管理	4	0	4
品牌资产管理	2	0	2
合计	32	8	40

2、教学建议

（1）教学过程中要集中体现“教师主导，学生主体”的角色定位，要求任课教师加强对学生的研究，加强教学单元内容在实践应用中的应用研究及相关案例的收集。

（2）教学过程要围绕“理实一体化”、“教、学、练同步化”的设计理念，教师在授课过程中以启发式教学代替灌输式教学，引导学生间通过学习小组开展协作式学习。

（3）学习过程中要求在总结归纳的基础上获取新的知识，鼓励学生对相关情景做出判断，并对其他同学的观点做出评价与补充。

（4）教学方法多样化

①头脑风暴法。针对课程内容、案例分析和学生身边提出的沟通问题，由学生应用所学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

②多媒体教学。本课程全程使用多媒体教学，有的重点案例采取录像播放方式，以增强感染力，通过制作有利于学生学习与训练的助学课件，最终建立系统性、立体化的多媒体课件体系。

③案例分析。本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的指导，不是给出一个结论或答案，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和升华。

④角色演练。针对课程内容或要分析解决的管理问题，由学生扮演其中的角色，设身处地的分析与解决所面临的问题。学生从所扮演角色的角度出发，运用所学知识，自主分析与决策，以提高学生实际决策的技能。

④学生授课。针对某一内容和知识点，让学生在收集资料的基础上，准备讲课内容和素材，由学生进行全班讲解，然后组织全班学生对其教学内容、教学方法、语言表达等进行综合评价。

⑤岗位实习。有计划的安排学生轮流到共建企业的进行现场实习，在管理者

的直接指导下亲自体验并处理营销沟通问题。

（5）主讲老师要求：任课教师应具有扎实理论基础和一定的实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《品牌管理与推广》李滨主编，西安交通大学出版社，2017.1

（2）主要参考书

《品牌管理——战略、方法、工具与执行》郭伟主编，清华大学出版社，2016.3

《品牌经营与管理》李和平主编，暨南大学出版社，2007.2

（3）课外参考书：

《雇主品牌建设与管理》 朱勇国主编，首都经济贸易大学出版社

《中国市场》 国务院国有资产监督管理委员会 中国物流与采购联合会

（4）学习网站

（1）中国教育部网站 HTTP://WWW.MOE.EDU.CN/

（2）中国教育网 HTTP://WWW.CER.NET/

（3）中国企业战略传播网 HTTP://WWW.GLR163.COM/

（4）中国管理传播网 HTTP://WWW.MANAGE.ORG.CN/

（5）中国营销传播网 HTTP://WWW.EMKT.COM.CN/

（6）全球品牌网 HTTP://WWW.GLOBRAND.COM/

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队、湖南车主之家汽车服务有限公司参与合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 8 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《市场调查实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：市场营销教研室

联 合 开 发 单 位：湖南农杰科技发展有限公司

2021 年 4 月

目　录

《市场调查实务》课程标准 45
一、课程性质 45
二、课程目标 45
（一）总体目标 45
（二）具体目标 45
三、课程内容与要求 47
四、课程考核 50
1．成绩构成 50
2. 考核内容与考核方式 50
五、实施建议 50
1．各教学模块学时建议 50
2．教学建议 51
3．教材及参考资料建议 52
六、说明 52

《市场调查实务》课程标准

课程代码：0102002

课程名称：市场调查实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：30 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》《市场营销实务》

后修课程：《推销与谈判》《广告实务》《公共关系实务》《客户服务与管理》《销售管理》《市场营销策划》《品牌经营与管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程，是为了培养学生市场调研这一专业核心能力而设置的。本课程主要阐述市场调查与分析的基本原理、方法和技巧，通过理论教学和实践活动使学生充分认识市场特点，明确市场调查在企业经营理论中的重要作用，培养学生深入实际注重调查分析的优良作风，能采用科学的调查方法考察市场，并对数据进行科学的分析解读，进而提高学生分析问题、解决问题的实际工作能力。本课程内容具有实用性、综合性和战略性的特点。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生掌握市场调研的基本概念与内容、调研方式方法、调研数据分析、调研方案设计与调研报告撰写等知识，具备市场调研方案设计技能、市场信息的现场组织和收集技能、市场信息的整理分析技能和调研报告的撰写技能，养成敬业、勤奋、诚实守信、求真务实的市场调查职业道德素养和客观、严谨、公正的工作态度与作风，为能够胜任调研主管、市场主管等工作岗位提供智力和技能支持。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自

豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生敬业、理性、尊重他人、关心他人和与人为善的市场调查职业道德素养，能尊重被调查者的个人隐私，遵守行业自律准则，维护网络被调查者的知情权；

（5）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，在市场调查中客观、真实、公正地开展调查工作，不弄虚作假，不诱导被调查者；

（6）培养学生客观严谨的工作作风和正确的工作态度，理性、正确对待调查中的虚假数据、虚假信息和错误结论；

（7）培养学生敏锐的观察力、准确的判断力和严密的逻辑思维能力，能准确分辨调查中收集信息的真伪，正确判断数据的合格性，作出恰当的数据处理。

2.知识目标

（1）了解资料整理的步骤；

（2）理解市场调研的相关概念、市场调研的内容、市场调研方案的构成；

（3）理解掌握市场预测的基本框架和相关知识；

（4）掌握问卷设计的基本结构与内容；

（5）掌握重点调查、普查、典型调查和抽样调查四种调查方式；

（6）掌握文案调查法、访谈法、观察法、实验法和网络调查法五种调查方法；

（7）掌握常见的资料整理技术；

（8）掌握归纳分析、类比分析、推理分析和对应分析法四种定性分析方法；

（9）掌握描述性分析和解析性分析两种定量分析方法；

（10）掌握市场调研报告的结构和内容。

3．能力目标

（1）具备设计市场调研方案的能力；

（2）具备问卷设计的能力；

（3）具备市场信息收集的能力；

（4）具备市场信息整理的能力；

（5）具备市场信息分析的能力；

（6）具备撰写市场调研报告的能力；

（7）具备宣读市场调研报告的能力；

（8）具备初步市场预测的能力。

4. 职业素养目标

（1）培养学生岗位职业道德，遵守数据调查与整理的行业规范与自律条例；

（2）培养学生市场信息素养，重视市场信息的变动和消费者需求的变化；

（3）培养学生理解、沟通、协调、组织、创新等职业意识；

（4）培养学生团队合作精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	认知市场调研	①市场调研含义、必要性、原则。	2	**教学活动**：在教师的指引下，学生在课堂通过相互交流认识市场调研；教师结合多个市场数据信息资料，指出数据的重要性和由来。 **思政活动**：分享“调查者的职业操守”文件资料。	**教学要求**：对市场调研有一个初步的认知，掌握、理解市场调研的含义、必要性、原则、类型和步骤，认识到市场调研的意义，具有初步市场调研意识。 **德育要求**：了解社会调查者应当具备的敬业精神、社会责任感，坚持理性、客观、实证的精神，注重提高诚实守信、关心他人和与人为善的道德修养。
		②市场调研的类型和步骤。	2		
2	组建调研团队	①市场调研行业和主要市场调研机构；	2	**教学活动**：学生分组组队成立虚拟调查公司，明确岗位职责，并对团队进行形象设计。 **思政活动**：解读“中国市场信息调查业自律公约”。	**教学要求**：学生在课外通过相互交流、自由组队，交对组队成果进行展示。 **德育要求**：理解调查业协会制定的自律公约，掌握调查业的基本方针、自律条款和公约执行规则，培养学生良好的职业道德和个人品格。
		②市场调研机构的内部组成和组建方法。	2		

3	界定调研主题与内容	①熟悉市场调研的内容； ②理解市场调研主题、目的和任务、调查对象和调查单位、调查项目的和调查内容的含义； ③了解市场调查主题的分类和确定的步骤； ④掌握调查目的和任务的确定方法； ⑤掌握调查项目的和调查内容的确定的步骤和方法。	2 2 2	**教学活动**：①教师下发任务书（如何确定调查主题和内容）； ②教师讲解市场调研的内容、调研主题、目的和任务、调查对象、调查单位、调查项目、调查内容的含义，以及确定主题与内容的方法与步骤。③学生以小组为单位完成本组任务；④教师解答学生提出问题。 **思政活动**：案例分析“数据获取案例”；讨论“小乔职业事件”的启示。	**教学要求**：学生根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成调查主题的确定和调查内容的确定。 **德育要求**：学生根据提供的案例能准确分析数据来源和虚假数据的危害，明白端正工作态度对职业发展的影响，培养学生诚实守信的健全人格和认真敬业的工作作风。
4	确定调查方式与方法	①了解市场信息收集的步骤； ②熟悉市场调研的基本调查方式：重点调查、普查、典型调查； ③熟悉市场调研的基本调查方式：抽样调查； ④掌握文案调查法、访问调查法、观察法、实验调查法、网络调查法的涵义、特点及其具体运用。	2 2 2 2	**教学活动**：①教师下发任务书（如何确定调查方式与方法）；②教师讲解相关知识点：市场信息收集的步骤；市场调研的四种基本调查方式：重点调查、普查、典型调查和抽样调查；文案调查法、访问调查法、观察法、实验调查法、网络调查法的涵义、特点及其具体运用。③教师解答学生提出问题。 **思政活动**：小组讨论“小张抽样调查的偏离”；解读“互联网调查的道德规范”资料。	**教学要求**：学生根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成调查方式与调查方法的确定。 **德育要求**：学生通过小组讨论了解互联网调查信息应维护消费者知情权和遵循首席信息的初衷，理解市场调查中应真实客观收集信息，养成勤奋努力的优秀品质和求真务实的职业道德。
5	设计调查表	①理解市场调查表的概念； ②掌握调查问卷的基本结构； ③熟悉问卷问题的类型；	1 1 1	**教学活动**：①教师下发任务书（如何确定调查方式与方法）；②教师讲解相关知识点：市场调查表的概念；调查问卷的基本结构；问卷问题的类型；问题与	**教学要求**：学生根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成调查

		④掌握问题与答案设计的技巧；	1	答案设计的技巧；问卷组织与编排的技巧；问卷的评估标准。③教师解答学生提出问题。 **思政活动**：主题分析“市场预测人员必须有公正心”。	表的设计。 **德育要求**：学生通过主题分析，理解信息调查和收集应公正，不能诱导被调查者获取信息，养成正确的世界观、人生观和价值观。
		⑤掌握问卷组织与编排的技巧；	1		
		⑥熟悉问卷的评估标准。	1		
6	撰写与汇报市场调研方案	①掌握市场调研方案撰写的基本格式和内容要求，以及相关技巧；	2	**教学活动**：①教师下发任务书（如何撰写一份完整的市场调研方案并汇报）；②教师讲解相关知识点：市场调研方案撰写的基本格式和内容要求，以及相关技巧；市场调查方案的评价标准。③教师解答学生提出问题。 **思政活动**：案例分析“不成功的调查的经验总结”。	**教学要求**：学生根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成本组的市场调研方案。 **德育要求**：学生理解市场调查中应尊重调查对象的隐私、感受和尊严，养成敏锐的观察力、准确的判断力和市场调查人员应有的职业道德素养。
		②熟悉市场调研方案的评价标准并设计方案。	2		
		③设计调研方案实践与汇报	2		
7	组织实施市场调研	①了解市场调查人员应该具备的素质；	1	**教学活动**：①教师下发任务书（按方案实施市场调研）；②教师讲解相关知识点：市场调查人员应该具备的素质；培训调查人员的方式及内容；对市场调查项目控制与调查人员控制的内容；实地调查的相关技巧。③教师解答学生提出问题。 **思政活动**：分享、讨论“小王的虚假调查案例分析”“杜绝诱导被调查者的行为”。	**教学要求**：学生根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，组织实施市场调研。 **德育要求**：通过分享和讨论活动，学生能理解虚假调查影响调查结论，养成尊重事实、实事求是的工作态度和严谨的工作作风。
		②掌握培训调查人员的方式及内容；	1		
		③了解对市场调查项目控制与调查人员控制的内容；	1		
		④掌握实地调查的相关技巧。	1		
8	整理分析调研	①了解资料整理的含义；	1	**教学活动**：①教师下发任务书（对收集的相关资料	**教学要求**：学生根据任务的

	信息	②熟悉资料整理应注意的问题；	1	进行整理和分析）；②教师讲解相关知识点：资料整理的含义；资料整理应注意的问题；市场调查资料的陈示方法；定性、定量描述与解析分析的方法；市场预测的概念、特征、原则、种类、步骤和基本方法。③教师解答学生提出问题。 **思政活动**：主题分享“数据整理的正确步骤”。	要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各组调查表的信息整理与分析。 **德育要求**：掌握数据整理的步骤，了解合格数据的要求和处理方式，培养学生严密的逻辑思维能力和准确的判断力。
		③掌握市场调查资料的陈示方法；	1		
		④掌握定性、定量描述与解析分析的方法；	1		
		⑤了解市场预测的概念、特征、原则、种类、步骤和基本方法。	2		
9	撰写与提交市场调研报告	①了解调研报告的作用；	1	**教学活动**：①教师下发任务书（撰写与提交市场调查报告）；②教师讲解相关知识点：调研报告的作用；调研报告的内容、结构、写作方法和步骤；提交市场调查报告的方法；报告宣讲、汇报的基本要领、礼仪等；调查结论检查的技巧。③教师解答学生提出问题。 **思政活动**：案例分析“不能偷工减料，抄袭他人的调查报告”。	**教学要求**：学生根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位分工协作，完成各组的市场调研报告撰写。 **德育要求**：通过案例分析，学生养成认真、合作、诚信的工作理念，遵守营销伦理和市场调查职业道德。
		②掌握调研报告的内容、结构、写作方法和步骤；	2		
		③了解解释说明及提交市场调查报告的方法；	1		
		④掌握报告宣讲、汇报的基本要领、礼仪等；	1		
		⑤掌握调查结论检查的技巧。	1		

四、课程考核

1．成绩构成

（1）平时过程成绩占 30%。

（2） 期末考试成绩占 70%。

2.考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:包括课堂出勤（占 20%）、发言讨论（占 20%）、作业完成（占 40%）和德育素养（占 20%）五个部分，评价标准以超星、学银在线等平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1．各教学模块学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第 3 学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认知市场调研	4		4
2	组建调研团队	2	2	4
3	界定调研主题与内容	2	2	4
4	确定调查方式与方法	6	2	8
5	设计调查表	4	2	6
6	拟定与汇报市场调研方案	2	4	6
7	组织实施市场调研	2	2	4
8	整理分析调研信息	4	2	6
9	拟定与提交市场调查报告	4	2	6
	学时总计	30	18	48

2．教学建议

（1）教学方法多样化

采用项目教学法、任务驱动法、情景教学法、角色扮演法等教学方法，激发学生思维，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。

（2）教学手段现代化

借助超星、学银在线等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化

本课程教学采用一个实际企业委托的调研项目为主线，将全班同学分成工作小组，每小组 4-5 人，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

（4）教学任务驱动化

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行,学生在教师的引导下开展探究性学习,通过参与任务解决的过程,实现学生主动学习,学与做相结合。

（5）教学环境情景化

在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及调研工作的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。比如在项目任务五中选择调研方法进行信息收集时，一些具体的调研方法如何选择，如何运用，我们就可以利用利用电教创设情境，借助板画展示情境，借助语言入情境，这样就将比较抽象的方法生动化，学生易学易懂。

（6）团队成员角色化

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

（7）主讲教师要求

任课教师应具有扎实的市场调查理论功底和一定的实践经验并对调查数据处理软件操作非常熟悉。

3．教材及参考资料建议

（1）教材:

《市场调查实务》（第 2 版），黄慧化 陈学忠主编，电子工业出版社，2017 年出版

（2）参考书

《市场调查与预测》，魏炳麒主编：东北财经大学出版社

《市场调查与预测》，徐阳编著，高教出版社，2003 年

《如何创办市场调查公司》 [专著]，杜跃平等编著，2003 年

《市场经济预测与决策》，张保法，中国统计出版社，1993 年

《市场营销实务与案例》，王珑主编，2002 年

《销售与市场》河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》 国务院国有资产监督管理委员会

中国物流与采购联合会

（3）参考网络资源

中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

中国教育网 http://www.cer.net/

河南教育厅网站 http://www.hadoe.edu.cn/

中国直销传播网 http://manage.org.cn/

中国企业战略传播网 http://www.glr163.com/

中国管理传播网 http://www.manage.org.cn/

我学网 http://www.5xue.com

中国市场调查网 http://www.cnscdc.com/

中国市场研究网 http://www.cmrn.com.cn/

零点调查公司 http://www.horizon-china.com/

中国营销传播网 http://www.emkt.com.cn/

全球品牌网 http://www.globrand.com/

六、说明

1．本课程标准由市场营销专业教学团队、湖南农杰科技发展有限公司等合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．审定：

日期： 2021 年 3 月 20 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《推销与谈判》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：市场营销教研室

联 合 开 发 单 位：长沙湘贵实业有限公司

2021 年 4 月

目　录

《推销与谈判》课程标准 **56**
一、课程性质 **56**
二、课程目标 **56**
（一）总体目标 56
（二）具体目标 56
三、课程内容与要求 **57**
四、课程考核 **59**
1、成绩构成 59
2、考核内容与考核方式 59
五、实施建议 **59**
1、各教学模块学时建议 59
2、教学建议 60
3、教材及参考资料建议 60
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议 61
六、说明 **61**

《推销与谈判》课程标准

课程代码：0102076

课程名称：推销与谈判

课程类别：理论+实践

总 学 时：64 学时　　理论学时：36 学时　　实践学时：28 学时

学　　分：4 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《商务礼仪》、《商品基础知识》

后修课程：《客户服务与管理》、《销售管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《推销与谈判》是高职院校市场营销专业的一门专业核心课程。

本课程是构成专业基本能力——销售人员从业技能的重要组成部分，本课程是在学习《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《商务礼仪》、《商品基础知识》之后开设的市场营销专业核心课程，为后续《销售管理》、《客户服务与管理》等课程奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生运用推销与谈判的原理和技巧，向顾客进行推销准备、寻找顾客、约见、接近、洽谈、成交和谈判签约的全过程。通过本课程学习，使学生不但能熟悉推销与谈判的基本理论和基本方法，更应熟练掌握基本技能，使学生具备从事推销与谈判等业务工作的能力，同时还注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养。

（二）具体目标

1、德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，对企业、顾客和竞争对手遵循职业道德；

（5）培养学生正确的工作态度，不一味为了业绩不顾顾客利益。

2、知识目标

（1）正确认识推销观念。

（2）掌握推销模式与推销方格理论。

（3）掌握谈判的特征，掌握谈判的计划制定和团队管理，掌握谈判的原则。

（4）掌握寻找、约见与接近顾客的方法。

（5）掌握谈判的过程中的各种策略的运用。

（6）掌握推销成交信号的识别和成交方法的运用。

（7）掌握签订合同的技巧。

3、能力目标

（1）成功地推销自我。

（2）能运用推销理论与技巧，成功地向顾客推销出商品。

（3）能运用谈判理论与技巧，成功地达成谈判目标。

（4）以培养“合格优秀的推销员”为主要目标。

4、素质目标

（1）培养学生优良的客户沟通、灵活应变、心理调适等销售职业道德品质。

（2）培养学生的学习能力、工作能力、创新思维能力。

（3）培养学生诚实守信、严谨认真和敬业爱岗的职业态度。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	树立正确的推销观念	①树立正确的推销观念；	2	**教学活动**：案例分析、情景模拟：认识正确的推销观念，掌握推销自我的技巧，了解推销员应该具备的素质与能力。 **思政活动**：分享“推销不是骗术”。	**教学要求**：认识正确的推销观念，掌握推销自我的技巧，了解推销员应该具备的素质与能力。 **思政要求**：推销员要有良好的职业道德。
		②在推销商品之前推销自我；	2		
		③推销员的素质和能力。	2		

2	推销模式与推销方格	①推销的概念，新世纪的推销观念；	2	**教学活动：**案例分析、模拟推销实训：各种推销模式的适用范围及技巧；运用推销方法理论进行推销。 **思政活动：**案例分析“不能一味强买强卖，为了业绩而推销”。	**教学要求：**能掌握四种推销模式的灵活运用，灵活运用推销方格理论。 **思政要求：**推销员不能只图一时的业绩，要和顾客保持长久的良好关系。
		②推销的埃达模式、迪伯达模式及操作运用；	2		
		③推销的埃德帕模式和费比模式及操作运用；	2		
		④推销方格理论	2		
		⑤推销理论实操训练	2		
3	谈判的概念与原则	①谈判概述（谈判与商务谈判、特征、内容）；	2	**教学活动**：案例分析：掌握谈判的概念、特征和内容；掌握谈判队伍组成、谈判目标与计划确定；掌握谈判的方式和原则。 **思政活动**：小组讨论：谈判的目标有哪些？	**教学要求：**领会谈判的实质； 学会制定谈判计划； 明白谈判的方式和原则。 **思政要求：**谈判中和对方的关系也很重要，不能一味追求己方目标的达成。
		②谈判计划与管理（推销谈判信息收集、队伍组成、谈判目标与计划确定）；	2		
		③商务谈判的原则	2		
		④案例分析与谈判实操练习	2		
4	寻找与接近顾客	①寻找顾客的原则与方法；	2	**教学活动：**案例分析、情景模拟：掌握寻找顾客的原则方法；掌握顾客资格审查的方法和推销准备的内容；掌握约见顾客的方法；掌握接近顾客的原则和方法。 **思政活动**：分析：寻找顾客要注意顾客哪些隐私不能窥探？	**教学要求：**学会寻找顾客的各种方法；做好推销准备工作；学会各种约见顾客的方法；学会接近顾客。 **思政要求：**通过公开正常的渠道去了解顾客的信息。
		②顾客资格审定、资料准备；	2		
		③约见顾客（内容、方法与操作）；	4		
		④接近顾客的目的与方法。	4		
5	谈判过程与策略	①谈判策略含义运用及选择；	2	**教学活动**：案例分析、情景模拟： 掌握谈判策略的运用原则和技巧；掌握开局阶段的内容；掌握报价的技巧；掌握还价的技巧；掌握让步的技巧。 **思政活动：**案例分析：所有的谈判都要用策略吗？	**教学要求：**学会选择谈判策略；学会掌握谈判开局；学会报价技巧；学会还价技巧； 学会让步技巧。 **思政要求：**对于熟悉友好的老顾客不要用策略，策略并不是一定要完全打败对方，而是为了保护自己。
		②谈判开局；	1		
		③报价；	1		
		④讨价还价；	1		
		⑤让步。	1		
6	僵局缓解	①谈判障碍的克服（僵局的缓解）；	2	**教学活动**：案例分析、情景模拟：掌握僵局的处理方法；掌握处理顾客异议的方法。 **思政活动**：讨论：面对顾客的异议和产品的	**教学要求：**学会缓解僵局； 学会处理好顾客异议。 **思政要求：**我们不能巧舌如簧地掩
		②顾客异议的处理。	2		

				不足，我们应该怎么办？	饰掩盖。
7	推销成交与签订合同	①成交信号； ②成交方法； ③成交注意事项； ④签订合同。	2 2	**教学活动**：案例分析、情景模拟：掌握成交信号和成交时机；掌握各种成交方法；掌握签订合同及成交后续工作的内容。 **思政活动**：讨论：积极引导客户成交和强卖给客户的区别在哪儿。	**教学要求**：识别和抓住成交时机；学会使用各种成交方法；学会签订合同和处理成交后续工作。 **思政要求**：成交一定要考虑客户的需求。

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 10%。

（2）期末理论考试成绩占 50%。

（3）期末实践操作成绩占 40%。

2、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核、实践操作考核三部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。其中课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）期末闭卷理论考核：考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试，试题构成：单选题＋多选题＋判断题＋案例分析题，考核内容中：推销谈判知识、原理、方法占 40%，营销案例分析占 60%。

（3）实践操作考核：实践部分实行“实地推销”制度，7 个项目：树立正确的推销观念及推销自我、推销模式和推销方格、谈判概述、寻找和接近顾客、谈判策略和过程、僵局缓解、成交与签订合同及后续实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65％）、学习态度（20％）、报告撰写（15％），采取学生自评（15%）、互评（35%）及老师评价（50%）方式，注重过程考核。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 64 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	正确的推销观念	4	2	6
2	推销模式和推销方格	6	4	10

3	谈判的概述和原则	4	4	8
4	寻找和接近顾客	7	7	14
5	谈判策略和过程	8	4	12
6	僵局缓解	3	3	6
7	推销成交与签订合同	2	2	4
8	其他	2	2	4
	合计	36	28	64

2、教学建议

（1）教学方法多样化

借助企业实际推销项目和学校展会销售，利用模拟情景教学法、驱动教学法以及案例教学法等教学方法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等，着重考核学生的实际推销业绩和谈判能力，与职业素养的养成过程。

（2）教学手段现代化

利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 3-4 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟。

（4）主讲教师要求：任课教师应具有扎实推销与谈判方面的理论知识与实践基础。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合湖南省高职营销专业技能抽查标准，建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营销专业技能抽查标准中有关产品推销、商务谈判测试部分内容的要求来自编教材。

（2）参考书

《推销与谈判——原理.技巧.实务》第二版 十一五规划高职高专教材；上海财经大学出版社；简彩云李贞主编；2014 年。

《市场营销》 (美)菲利普·科特勒,(美)加里·阿姆斯特朗著，华夏出版社,2003.7

《谈判真理》 （英）盖温.肯尼迪著，中国宇航出版社，2008

《国际推销大师成功秘诀》 马必成 马克泰，国际广播出版社，2002

《案例式谈判学》　陈荣杰，内蒙古人民出版社，2000.1

《谈判训练》　孙兆臣、易吉林，武汉大学出版社，2003.11

《超级推销——成功推销200方法和绝妙说词》　周树清,内蒙古人民出版社,2003,4

《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用建议：校内推销与谈判实训室用于模拟推销与谈判；设置校内展销会，通过模拟和仿真的实践，帮助学生掌握推销与谈判的全过程技巧。

（2）校外实践教学条件开发建议：让学生积极参加每年的农博会和茶博会，与湘贵实业有限公司合作开展推销活动，帮助学生实际参与推销与谈判的真实过程。

六、说明

1、本课程标准由市场营销教研室专业教学团队、长沙湘贵实业有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：

4、初审：

5、二审：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 6 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《销售管理》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：市场营销教研室

联 合 开 发 单 位：湖南沃成科技有限公司

2021 年 4 月

目　录

《销售管理》课程标准 64
一、课程性质 64
二、课程目标 64
（一）总体目标 64
（二）具体目标 64
三、课程内容与要求 65
四、课程考核 69
1、成绩构成 69
2、考核内容与考核方式 69
五、实施建议 69
1、各教学模块学时建议 69
2、教学建议 70
3、教材及参考资料建议 70
六、说明 71

《销售管理》课程标准

课程代码：待定

课程名称：销售管理

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》、《会计基础知识》

后修课程：无

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业的一门主干专业课程。本课程以管理学、市场营销学理论为基础之上的应用学科。从销售经理的角度，介绍了企业销售管理所涉及的主要理论与实务，为毕业生在销售主管、渠道主管、销售代理岗位或者将来晋升区域经理、销售经理等高级职位进行知识和技能的储备。本课程是构成专业基本能力——销售管理技能的重要组成部分，开设在《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》等课程后，为后续学生毕业实习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

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能力；在教师的指导下，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。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）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）培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格，养成客观严谨的工作作风和正确的工作态度；

（3）培养学生敏锐的观察力、准确的判断力和严密的逻辑思维能力，能准确识别销售管理过程中的各项问题，并根据问题类型做出合乎时宜的处理。

2.知识目标

（1）了解销售职业，认识销售、销售管理和销售伦理内涵；

（2）掌握销售过程，认识销售准备，理解关系销售；

（3）掌握销售规划与设计的内容；

（4）掌握销售组织建设内容，识别销售人员的行为和动机；

（5）制定相应薪酬制度、激励制度和绩效考评措施；

（6）掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理等销售货品管理内容；

（7）理解销售管理的新趋势，了解如何利用网络进行销售管理。

3.能力目标

（1）具备销售组织与管理的初步能力；

（2）具备销售规划与设计能力，能在具体实施项目中制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算；

（3）具备销售区域管理能力，能进行销售区域划分、设计、业务管理并管理好销售网络成员；

（4）具备完善的销售组织建设能力，能设计销售组织体系、带领团队高效运作；

（5）具备严谨的销售货品管理能力，能掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理；

（6）具备全面的销售服务管理能力，提高销售全过程服务质量。

4.职业素养目标

（1）培养学生良好的服务意识，塑造良好的职业形象；

（2）培养学生爱岗敬业、诚实守信、忠诚企业的职业操守；

（3）培养学生吃苦耐劳、公平公正、奉献社会等良好的意志品质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序	工作任	课程内容及课时配比	活动设计	要求

号	务模块	课程内容	课时		
1	走进销售职业	①如何成为专业销售人员	1	**教学活动：**在教师的指引下，学生在课堂通过相互交流谈谈对销售职业的看法；教师结合多个案例，指出销售管理的重要性由来。 **思政活动：**分享“销售的职业操守”相关资料	**教学要求：**认识销售并了解销售工作的类型和销售管理的内涵，理解企业社会责任与营销活动的关系，掌握管理角色、技能、层次等管理学的知识。 **德育要求：**了解销售管理者应当具备的职业精神，注重提高诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的道德修养。
		②面对销售中的伦理和社会责任	1		
		③竞争销售管理岗位	2		
2	销售过程管理	①销售准备	1	**教学活动：**学生在课堂分组进行情景模拟，演示顾客购买步骤，帮助学生掌握客户购买的黑匣子理论及客户沟通的基本理论；教师讲解关系销售的内涵。 **思政活动：**小组讨论“与客户沟通交流过程中我们要注意什么”。	**教学要求：**掌握客户购买的黑匣子理论及销售沟通、空间、沟通障碍等客户沟通的基本理论，理解关系销售的含义及关系销售七个步骤的相关概念和基础理论。 **德育要求：**理解行业相关规定，掌握销售管理的基本方针、自律条款等内容，培养学生良好的职业道德和个人约束意识。
		②关系销售	1		
3	销售规划与设计	①销售计划	1	**教学活动：**教师下发任务书（如何进行销售规划与设计）；教师讲解相关知识点；教师点评学生表现并解答学生提出问题。 **思政活动：**主题分析“要进行销售规划与设计必须具有哪些思维”。	**教学要求：**认识销售计划、销售预测、销售配额、销售预算的含义，把握销售计划、销售预测、销售配额、销售预算的各种类型的特性，理解销售计划、销售预测、销售配额、销售预算四者在销售规划与设计之间的逻辑关系。 **德育要求：**学生通过完整的销售规划与设计流程，理解掌握整合思维、辩证思维的重要性。
		②销售预测	1		
		③销售配额	1		
		④销售预算	1		
4	销售区域管理	①销售区域划分与设计	1	**教学活动：**教师结合多个案例，讲授销售区域管理的理论知识；引入案例加深学生对销售区域管理的认知。 **思政活动：**探讨销售区域管理中“瓣瓣不同，但瓣瓣同心”的思想。	**教学要求：**认识销售区域含义、销售区域目标、销售区域设计、销售区域开发等基本知识，理解中间商、经销商、代理商等基本概念。 **德育要求：**通过思政讨论，学生能了解管理过程中，面对不同人员、不同情况应该采取因地制宜、因时制宜的针对性管理措施的重要性。
		②销售区域业务管理	0.5		
		③销售网络成员管理	0.5		

5	销售组织建设	①销售组织设计	1	**教学活动**：教师下发任务书（撰写与提交销售组织建设的不同方式）；教师讲解相关知识点；教师解答学生提出问题。 **思政活动**：组织文化对组织建设的重要性。	**教学要求：**掌握不同销售组织的类型及其优缺点，掌握销售部、销售经理、销售人员一般性职能设计，理解销售团队管理基本理论。 **德育要求：**通过探讨组织文化的重要性，让学生认识到文化软实力的重要性，深刻理解何为文化自信。
		②销售组织职能	0.5		
		③销售团队的高效运作	0.5		
6	销售人员的甄选、培训与薪酬	①销售人员的甄选	1	**教学活动**：教师下发任务书（小组模拟销售人员面试情景）；教师讲解相关知识点；教师解答学生提出问题。 **思政活动**：理解何为“简能而任之，择善而从之”。	**教学要求：**理解销售人员的胜任力模型和销售人员招聘各环节的主要知识点，掌握销售人员培训五个步骤的管理要点，把握销售人员不同类型薪酬制度的特点和适用情况，理解销售人员不同费用报销制度的特点及其适用性。 **德育要求：**通过教师讲解，学生站在企业角度理解企业选人用人标准，对照自身条件补其不足。
		②销售人员的培训	0.5		
		③销售人员的薪酬	0.5		
7	销售人员的激励与绩效考评	①销售人员的行为和动机分析	2	**教学活动**：教师讲解相关知识点；教师组织学生分小组进行 ppt 准备与汇报（选择某个情景，学生根据学习知识提出解决办法并做 ppt 讲解）；学生小组汇报；生生互评、教师点评并解答学生提出问题。 **思政活动**：讨论“玉琢成器，人琢成才”的含义。	**教学要求：**理解销售人员的行为模型，掌握激励的主要理论，理解销售人员绩效考评的含义、原则和体系内容。 **德育要求：**理解激励制度的重要性，养成勤奋努力的优秀品质和求真务实的职业道德。
		②销售人员的激励	1		
		③销售人员的绩效考评	1		
8	销售货品管理	①订货、发货与退货的管理	2	**教学活动**：教师下发任务书（窜货的类型与治理）；小组汇报；教师讲解相关知识点；教师解答学生提出问题。 **思政活动**：小组讨论“窜货老鼠”现象；解读“窜货管理道德规范”资料。	**教学要求：**了解订单的种类和订单报价的主要因素，理解发货、退货的主要环节，理解终端管理的商品陈列、促销、人员管理、会议的主要知识，掌握窜货、窜货主题、窜货类型、窜货治理的基本知识。 **德育要求：**学生理解对销售全过程进行管理的初衷，树立正确的职业观。
		②终端管理	1		
		③窜货管理	1		
9	客户关	①客户关系管理概述	1	**教学活动**：教师下发任务	**教学要求：**理解客户、客

	系管理	②客户的商业价值分析	2	书（搜集不成功的客户关系管理案例）；小组汇报；教师讲解相关知识点；教师解答学生提出问题。 **思政活动**：分析“不成功的客户关系管理案例”。	户关系、客户关系管理、客户需求结构、客户商业价值、客户生命周期、客户终生价值理论的含义，掌握信用调查、评估、政策和信用动态管理的相关知识。 **德育要求：**学生理解客户关系管理中应尊重调查对象的隐私、感受和尊严，养成敏锐的观察力、准确的判断力和销售人员应有的职业道德素养。
		③客户信用管理	1		
10	销售服务管理	① 销售服务策略	2	**教学活动**：教师下发任务书（作为消费者，说说遇到过哪些让你难忘的销售服务）；教师讲解相关知识点；教师解答学生提出问题。 **思政活动**：分享、讨论“海底捞服务”案例。	**教学要求：**认识客户咨询服务、代理设计服务、产品示范服务等 7 项售前服务的内容和服务要求，认识代理包装服务、代送代运服务、包退包换等 9 项售后服务的内容和服务要求，理解服务质量的含义与特征。 **德育要求：**通过分享和讨论活动，学生能理解销售服务的重要性，养成尊重事实、实事求是的工作态度和严谨的工作作风。
		②销售服务质量	2		
11	销售分析与评估	① 销售额分析	1	**教学活动**：教师讲解相关知识点；教师解答学生提出问题。 **思政活动**：案例讲解 “销售分析的正确步骤”。	教学要求：理解销售额分析的含义和目的，掌握销售费用分析的主要内容，理解销售人员费用控制的含义和费用控制方案要义，理解销售队伍效率分析、广告效率分析和分销效率分析的主要内容。 **德育要求：**掌握销售分析与评估的步骤，了解相关销售数据的要求和处理方式，培养学生严密的逻辑思维能力和准确的判断力。
		②销售费用分析	1		
		③销售效率分析	2		
12	销售管理的新趋势	① 网络销售管理	2	**教学活动**：教师下发任务书（有哪些销售管理的新趋势）；小组汇报；教师讲解相关知识点；教师解答学生提出问题。 **思政活动**：讲解何为“苟日新，日日新，又日新”。	**教学要求：**理解网络经济和网络销售管理、营销信息系统的含义和四大构成子系统，理解数据库营销的含义和特征，理解系统集成销售管理的含义。 **德育要求：**培养学生主动寻找行业发展前沿的意识，树立创新的思维方式。
		②销售数据库的构建与应用	1		
		③系统集成销售管理	1		

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 20%。

（2）期末考试成绩占 60%。

（3）销售项目实践占 20%

2、考核内容与考核方式

本课程为考查课，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。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

①课堂表现（50 分）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

②作业（50 分）

（2）期末考核

采用理论卷面考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

（3）销售项目实践考核

考核中选择实际的销售项目进行操作，学生在若干个项目中抽取一个项目进行操作。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	走进销售职业	2	2	4
2	销售过程管理	1	1	2
3	销售规划与设计	2	2	4
4	销售区域管理	1	1	2
5	销售组织建设	1	1	2
6	销售人员的甄选、培训与薪酬	1	1	2

7	销售人员的激励与绩效考评	2	2	4
8	销售货品管理	2	2	4
9	客户关系管理	2	2	4
10	销售服务管理	2	2	4
11	销售分析与评估	2	2	4
12	销售管理的新趋势	2	2	4
学时总计		20	20	40

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。教师可以将企业销售管理岗位的实际来设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能后，进行实训设计，强化技能训练，然后进入企业顶岗实习，从而适应岗位要求，为学生零距离就业打下基础。通过这样的设计，完成了“基于工作岗位一体化”的教学过程。

（2）教学手段现代化

课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。在加强校园网、电子图书馆、多媒体教室等数字化教学环境建设的基础上，100%使用多媒体授课。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）主讲老师要求：任课教师应具有扎实的销售管理知识和企业销售管理经验。教师应根据学生的知识水平、阅历结合专业特点，以书面教材为主要教学媒体，通过案例、讨论、课件等教学手段，调动学生学习的积极性，并培养学生的自学能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《销售管理实务》 蔡瑞林编著　人民邮电出版社

（2）参考书

《市场营销管理》（亚洲版）菲利普·科特勒 洪瑞云等 中国人民大学出版社

《市场营销学》 吴健安主编 安徽人民出版社

《销售管理》 李先国主编 企业管理出版社

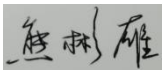
《管理学》哈罗德 孔茨著 经济科学出版社

《销售管理》 能解银主编 高等教育出版社

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队、湖南沃成科技有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）： 

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2021 年 4 月 6 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《市场营销策划》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：市场营销教研室

联 合 开 发 单 位：长沙市零售商业行业协会

2021 年 4 月

目　录

《市场营销策划》课程标准 75
一、课程性质 75
二、课程目标 75
（一）总体目标 75
（二）具体目标 76
三、课程内容与要求 76
四、课程考核 79
1、成绩构成 79
2、考核内容与考核方式 79
五、实施建议 79
1、各教学模块学时建议 79
2、教学建议 80
3、教材及参考资料建议 12
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议 81
六、说明 81

《市场营销策划》课程标准

课程代码：0102028

课程名称：市场营销策划

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：28 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《推销与谈判》

后修课程：《客户服务与管理》、《销售管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程和必修课，是基于营销岗位能力的培养而开设的一门方法论的应用课程，具有全局性、战略性和规划性的特点，通过本门课程的学习与训练，可使学生将前三个学期所学的专业知识进一步应用到本课程实战实训中，提升学生综合运用所学专业知识的能力和技巧，并将其转化为解决实际问题的方法，培养学生市场营销策划能力，掌握市场营销策划的一般程序，撰写市场营销策划书，能对具体的营销策划方案进行设计，提升学生分析问题与解决问题的职业能力，注重培养学生的专项岗位技能和营销策划综合素养，使学生进入实际工作岗位后，能胜任一般性的营销策划工作。

本课程是构成专业基本能力——营销策划技能的重要组成部分，开设在《经济学基础》、《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》等课程后，为后续课程《客户服务与管理》、《销售管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

从学生职业能力培养的基本规律以及营销策划岗位职责出发，以就业为导向，打破课程纯理论教学体系，依据营销职业岗位的工作任务、工作流程中的知识与技能要求，遵循教、学、做合一的原则，以项目（产品）营销的工作任务和职业能力分析为依据，按照营销岗位的工作内容和流程把课程内容整合成市场营销策划认知、市场调研策划、市场营销战略策划、市场营销战术策划等 4 个相互关联

的学习情境，每个学习情境下又根据实际需要划分为若干学习任务，学习任务下又设计了具体的操作步骤或程序，整合教学内容，并参考相关企业个案，相对应地设计工作项目及工作任务，以完成工作任务情况作为衡量学习效果的主要依据，使学生在学习本门课程时能够得到方法与操作流程的指导。

（二）具体目标

1、德育目标

（1）培养学生正确的政治思想素质、道德品质和法律意识；

（2）培养学生诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度；

（3）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格；

（4）提升学生的创新思维能力、严密的逻辑思维能力和团队协作能力。

2、知识目标

（1）理解市场分析营销策划创意的基础知识；

（2）掌握竞争对手分析的基础知识；

（3）掌握新产品功能点描述、新产品卖点寻找的基础知识；

（4）掌握目标市场分析的基础知识；

（5）掌握促销活动方案设计的基础知识；

（6）掌握新产品上市推广方案设计的基础知识；

（7）掌握公关活动设计的基础知识；

（8）掌握广告活动设计的基础知识；

（9）掌握营销策划书撰写的基础知识。

3、能力目标

（1）具有市场环境分析的能力；

（2）具有信息搜集并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力；

（3）能在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念与能力；

（4）能运用营销与策划的知识进行策划设计能力；

（5）具备方案写作能力。

4、职业素养目标

（1）培养正确的营销观念和创新意识；

（2）培养严谨的文案撰写意识以及勇于探索、勇于创新、敢于表达的精神；

（3）树立学生的成本核算意识以及“凡是先预后立”的思维习惯。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序	工作任	课程内容及课时配比	活动设计	要求

号	务模块	课程内容	课时		
1	市场营销策划基础知识	①策划概述；	2	教学活动：通过企业案例认识策划和营销策划的概念和内涵；通过营销策划方案实例讲解策划的一般流程和策划书撰写格式。 思政活动：通过个人职业生涯规划明白“凡事预则立”的重要性；通过个人目标制定掌握SMART原则。	教学要求：熟悉营销策划工作流程，掌握营销策划内容，能对市场营销策划内容进行分析；在接受营销策划任务时，能根据市场营销策划的一般流程安排工作计划；掌握策划书撰写格式。 德育要求：树立“凡事预则立”的意识，明确目标的重要性。
		②营销策划的简介；	2		
		③策划的一般流程；	1		
		④营销策划书撰写格式。	1		
2	营销策划创意	①营销策划创意概述；	1	教学活动：通过营销创意实例讲解创意的基本内容；通过课堂实训讲解营销策划创意方法并训练学生的营销策划创意思维。 思政活动：分享策划故事“阿华公司年会策划项目的创意”。	教学要求：能运用头脑风暴等营销策划创意方法对企业具体营销问题进行创意并解决问题。 德育要求：学生应重视生活实践经验和已有的知识的学习和理解，并运用这些知识来分析问题和解决问题。
		②营销策划创造性思维	1		
		③营销策划创意方法	1		
		④营销策划创意思维训练	1		
3	促销策划	①促销方案的撰写格式与内容；	2	教学活动：通过促销方案实例讲解促销方案的专业格式与内容要求；通过纠错练习活动掌握促销方案的技巧点；通过课堂展示进一步深化理论知识向实践的迁移。 思政活动：实例讲解促销策划的误区，由此引申到人生中“凡事要深谋远虑”。	教学要求：掌握促销方案撰写格式、内容、技巧与流程，能够根据给定企业背景设计促销方案。 德育要求：促销策划要按照正确的策略，避免陷入误区。在人生中亦是如此，不做表面文章，凡事要深谋远虑。
		②促销方案策划基本方法与技巧以及过程注意点。	4		
		③促销活动方案找茬纠错	2		
		④促销活动策划实操与汇报	2		
4	广告策划	①广告方案的撰写格式与内容；	2	教学活动：通过广告策划方案的实例讲解广告策划方案的专业格式要求和内容安排；通过纠错练习、课堂展示	教学要求：掌握广告方案撰写格式、内容、技巧、流程等知识点；能够根据给定的企业背景设计广告方案。
		②广告方案策划基本方法与技巧以及过程注意点。	4		

				活动讲解、总结广告策划方案的技巧点和过程注意点。 思政活动：在广告策划的整体统一性原则这一知识点，引入讨论“如何看待虚假广告？”。	德育要求：树立合规意识，不能损害社会公共利益，不能助长社会不良之风，更不能为利益驱动而无视国家法律法规。
5	企业形象策划	①企业形象策划的内容；	1	教学活动：通过企业形象策划活动实例讲解企业形象策划的内容、流程；通过课堂实训汇总企业形象策划的基本方法、技巧点和过程注意点。 思政活动：展示、分析并学习知名企业的企业理念、企业文化。	教学要求：能够根据企业形象方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定企业背景设计企业形象方案。 德育要求：通过学习标杆企业的文化、理念等，树立正确的人生观和价值观。
		②企业形象策划的流程；	1		
		③企业形象策划基本方法与技巧以及过程注意点。	2		
6	公关主题活动策划	①公关主题活动策划的内容；	1	教学活动：通过公关主题活动策划实例讲解公馆主题活动策划的内容、流程；通过课堂实训汇总公关主题策划的方法、技巧点及注意事项；通过企业实例讲解危机公关。 思政活动：课堂讨论“黑公关 VS 白公关”。	教学要求：掌握公关主题活动方案撰写格式、内容、技巧、流程；能够根据给定的企业背景设计公关主题活动方案。 德育要求：培养商业活动中的诚信意识，不捏造并散布虚伪事实，不做损害他人商业信誉、商品声誉的事情。
		②公关主题活动策划流程；	1		
		③公关主题活动策划基本方法与技巧及过程注意点；	2		
		④危机公关。	2		
7	新产品上市推广策划	①新产品上市推广策划的内容；	2	教学活动：通过新产品上市推广策划实例讲解新产品上市推广策划的内容、流程、基本方法；通过课堂实训讲解新产品上市策划的技巧点和注意事项。 思政活动：分享“新品上市的两大战略误区”。	教学要求：掌握新产品上市推广方案撰写格式、内容、技巧、流程；能够根据给定的要求设计新产品上市推广活动方案。 德育要求：学习标杆经验，做到既不盲从也不过于谨慎，学会有计划、有预备、有思路、有步骤地做事。
		②新产品上市推广策划的流程；	2		
		③新产品上市推广策划基本方法与技巧以及过程注意点。	2		
		④新产品上市推广策划实操及汇报	2		
8	品牌与渠道策划	①品牌策划基本内容；	2	教学活动：通过实例讲解品牌策划和渠道策划的基本内	教学要求：了解企业品牌与渠道策划内容及流程。
		②渠道策划基本内容。	2		

				容及方法技巧点。 思政活动：讲解“品牌策划的 10 大误区”	德育要求：树立脚踏实际的精神，切记好高骛远、贪大求全；重视沟通在生活和工作中的运用。

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 50%。

（2）期末考试成绩占 50%。

2、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

①课堂表现（50 分）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

②实践操作（50 分）

其中：营销环境分析报告（10%），促销方案（20%），新产品推广方案（20%）、企业形象设计方案（10%）、公关主题活动方案（20%）、广告方案（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用方案设计考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	市场营销策划基础知识	4	2	6
2	营销策划创意	2	2	4
3	促销策划	4	6	10
4	广告策划	2	4	6
5	企业形象策划	2	2	4
6	公关策划	2	4	6
7	新产品上市推广策划	2	6	8

8	品牌与渠道策划	2	2	4
学时总计		20	28	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用案例教学法，激发学生思维；采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。该模式以岗位为中心，教师从岗位需求出发，分析岗位任务，根据岗位任务，设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能后，进行实训设计，强化技能训练，然后进入企业顶岗实习，从而适应岗位要求，为学生零距离就业打下基础。通过这样的设计，完成了“基于工作岗位一体化”的教学过程。

（2）教学手段现代化

课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。在加强校园网、电子图书馆、多媒体教室等数字化教学环境建设的基础上，100%使用多媒体授课。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）“大课堂”教学模式，双导师制

打破教室概念，以工学结合的“大课堂”代替固定的教室。所谓“大课堂”，即将教室、校内实训室、校外企业项目、供销行业，乃至整个社会都融为一个“大课堂”，围绕创业型人才培养需要，在具体教学过程中以自主创业中各项知识及技能的要求为主线进行教学与实践，采取以工学交替为特色的教学组织形式，突出职业核心能力训练。

双导师制将社会与高校的资源进行整合共享，以校内优秀的专任教师为学术导师，以校外有丰富实践经验的企业高级营销师或管理部门人员等来担任职业导师，集理论与实践培养于一体，相互促进，有利于学生在读书期间拓宽知识面，增加社会经验，缩短成才过程。

（5）主讲老师要求

任课教师应具有扎实营销理论基础和企业实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合湖南省高职营销专业技能抽查标准，建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营

销专业技能抽查标准中有关营销策划测试部分内容的要求来自编教材。

（2）参考书

《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

说明：营销策划理论与实践时刻在发生改变，为了能够与时俱进，建议参考书按照教学时间进行选择，尽量选择最新的书籍，尽量选择企业专家撰写的书籍进行参考，不建议将教材作为参考书。

（3）参考网络资源

中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

全球品牌网　http://www.globrand.com/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）多参与各类营销竞赛，以比赛带动课堂教学

学生在课程学习实践过程中，同时接受校内导师(即专业教师)理论的指导、及校外企业策划精英的课程实训指导或企业项目经理的分项实践指导。通过实境实训、技能大赛等方式提升学生职业技能。如注重培养学生参加全国高校市场营销大赛，以技能大赛带动学生技能的培养与提高。建立健全学生技能大赛培养、参赛制度，组织专人跟踪大学生技能大赛动向，并对技能大赛需求的技能与企业岗位技能进行对比，探索专业技能教学的结合点，改进传统教学只依靠教材而脱离岗位技能的做法。以赛促学，引导学生理论联系实际，鼓励求是拓新，既为企业创造市场效益，又为学生营销素质与能力的形成创造了良好机遇。

（5）建议设立营销策划工作室，引入企业实际项目

为更好地服务地方经济建设，应努力构建“工学交替、产学结合、校企一体化”的教学模式。按照适度、必须、够用的原则进行理论教学，以项目为导向、以任务为驱动，强力推进校企合作，重在加强学生校内实验实训、校外顶岗实习建设，注重学生专业岗位技能培养；通过进一步加大与地方企业的合作力度，为地方经济建设输送一大批高素质、高技能专业人才。充分湘贵实业有限公司、湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队、长沙市零售商业行业协会兼职教

师参与合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 8 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《采购与供应链管理》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：现代物流管理教研室

联 合 开 发 单 位：长沙市零售商业行业协会

2021 年 4 月

目　录

《采购与供应链管理》课程标准.....86
一、课程性质.....86
二、课程目标.....86
（一）总体目标.....86
（二）具体目标.....86
三、课程内容与要求.....87
四、课程考核.....90
1、平时学习过程成绩占 50 分.....90
2、期末考试成绩占 50 分.....90
五、实施建议.....90
1、学时建议.....90
2、教学建议.....90
3、教材及参考资料建议.....91
六、说明.....91

《采购与供应链管理》课程标准

课程代码：待定

课程名称：采购与供应链管理

课程类别：理论+实践

总 学 时：32 学时　　理论学时：18 学时　　实践学时：14 学时

学　　分：2 学分

适用专业：现代物流管理专业

先修课程:《现代物流基础》、《市场营销实务》、《电子商务基础与应用》、《运输管理实务》、《仓储与配送管理实务》等课程。

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是现代物流管理专业开设的一门专业核心课程。是为了培养学生物流运营业务组织协调和问题处理的这一核心能力设置的。本课程主要阐述供应链管理基础、供应链管理实战操作、供应链管理评价整合三大内容，通过理论教学和实践活动使学生充分认识供应链，明确采购与供应链管理在企业经营理论中的重要作用，重点培养学生供应链构建、供应链优化、供应链运作、供应链管理、供应链绩效评价以及供应链资源整合等环节的实战能力，尤其是在制造商主导的供应链、批发商主导的供应链、零售商主导的供应链和物流商主导的供应链管理岗位上的作业及管理能力。本课程内容具有实用性、综合性和战略性的特点。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生系统的获得供应链管理的基本理论、原理、方法，培养学生供应链构建、供应链优化、供应链运作、供应链管理、供应链绩效评价以及资源整合等环节的实战能力，以便学生在供应链理念指导下从事相应的物流作业及管理工作，特别是供应链管理岗位上的作业与管理能力。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、百折不挠、兼收并蓄”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生树立经济全球化视野下的大局意识和全局观念；践行人类命运共同体理念；

（5）培养学生具备“合作共赢”的现代企业管理理念和战略供应链管理理念；

（6）培养学生客观严谨的工作作风和良好的沟通协作与服务精神；

（7）培养学生敏锐的观察力、准确的判断力和严密的逻辑思维能力，能准确分辨调查中收集信息的真伪，正确判断数据的合格性，作出恰当的数据处理。

2.知识目标

（1）认识采购与供应链管理的发展；

（2）了解供应链的特征；熟悉供应链管理的目标和内容；

（3）掌握供应链构建、供应链优化、供应链运作等主要内容。

3.能力目标

（1）能对制造商、批发商、零售商、物流商主导的供应链进行管理；

（2）能进行供应链绩效评价以及资源整合。

4.职业素养目标

（1）培养学生忠诚信实、爱岗敬业、格尽职守、公平正义和团结协作的职业道德素养；

（2）培养学生现代企业管理素养，重视市场信息的变动、供应商管理和消费者需求的变化；

（3）培养学生理解、沟通、协调、组织、创新等职业意识；

（4）培养学生团队合作精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	供应链的认知	(1)供应链的含义与特征；	2	（1）案例分析：怡亚通供应链管理公司——新冠	**教学要求：**了解供应链的含义和供应链管理的特点，掌握供应链管理的目标和内容。

		（2)供应链管理的目标与内容； （3)供应链管理的特点。	2	肺炎后端战役； （2）微课学习	**德育要求：**认识到稳定有序的物资保障环境，需依靠高效运转的供应链和供应链人员。引导学生思考总结疫情背后，供应链人的责任、担当和使命，激发学生对供应链人的敬意，对供应链管理课程的学习热情，帮助学生树立起正确的理想信念。
2	供应链构建与优化	（1）供应链类型； （2）供应链结构；	2	（1）案例分析：手机制造业供应链案例，华为备胎计划； （2）微课学习； （3）课堂看一看，谈一谈，画一画活动： （4）课堂实训：建立供应链合作伙伴关系。 （5）章节测试。	**教学要求：**了解供应链设计原则，供应链缺陷分析流程，供应链规避风险方法；掌握供应链结构和供应链预测的方法，掌握供应链合作伙伴关系的要点；理解供应链战略匹配。 **德育要求：**通过案例分析，学生理解人类命运共同体理念和中华传统文化重情义、尚和合、求大同的深邃智慧。中国是负责任大国，以坚持和平发展为战略选择，以寻求合作共赢为基本原则，以建设伙伴关系为主要路径，以践行正确义利观为价值取向，以打造人类命运共同体为努力目标。
		（3)供应链设计的原则，方法和步骤； （4)供应链预测的意义与方法；	2		
		（5)供应链缺陷分析的流程，供应链管理瓶颈； （6)规避供应链风险的方法	2		
		（7)供应链合作伙伴关系要点。 （8)供应链战略匹配	2		
3	供应链运作	（1)供应链运营的动力和制约因素； （2)供应链运营模式选择；	2	（1）案例分析：供应链的协作在疫情防控中的问题 （2）课堂看一	**教学要求：**了解供应链更新的意义；清楚供应链运营的动力和制约因素和供应链运营模式选择；掌握供应链维持的原则；熟悉供应链更新的方法。

		（3)供应链维持的原则； （4)供应链协同管理的要点；	1	看，说一说，想一想活动。 （3）章节测试。	**德育要求：**通过案例分析，学生明确现代企业之间的竞争已经是供应链之间的竞争，而供应链之间的协作问题，最直接的表现是断链，出现供需问题。要提高供应链的反应速度和效率，就需要供应链链条上的各个节点企业之间从合作、博弈到实现共赢。
		（5)供应链更新的意义； （6)供应链更新的方法。	1		
4	供应链管理实战	（1)制造商主导的供应链管理；	2	（1）案例分析-沃尔玛供应链；顺丰供应链； （2）课堂看一看，说一说，想一想活动； （3)企业内部管理岗位模拟，角色扮演； （4）章节测试。	**教学要求：**掌握延迟生产策略；掌握批发商，零售商和物流商主导的供应链模型；掌握批发商准时制采购，供应商管理库存方法和联合库存管理方法；掌握快速响应策略和有效客户相应方式。 **德育要求：**学生通过各类型供应链实战分析，养成正确的世界观、人生观和价值观。
		（2)批发商主导的供应链管理；	2		
		（3)零售商主导的供应链管理；	4		
		（4)物流商主导的供应链管理。	4		
5	供应链管理绩效评价	（1)供应链绩效评价的概念； （2)供应链绩效评价的原则； （3)供应链绩效评价的指标体系；	2	（1)评价指标分析； （1）课堂看一看，说一说，想一想活动； （2）章节测试。	**教学要求：**掌握供应链绩效评价的概念和评价指标体系；掌握供应链绩效评价的方法和步骤。 **德育要求：**学生通过小组讨论理解供应链绩效评价原则应客观、公正、科学、合理。养成勤奋努力的优秀品质和求真务实的职业道德。
		（4)供应链绩效评价的方法和步骤；	2		

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时学习过程成绩占 50%；期末考试成绩占 50%。

1、平时学习过程成绩占 50 分

课堂出勤纪律占 5 分，课堂互动占 5 分，作业任务完成占 15 分，章节测试 15 分，课堂实训 10 分。

2、期末考试成绩占 50 分

采用理论闭卷笔试方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 32 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	供应链认知	2	2	4
2	供应链构建与优化	4	4	8
3	供应链运作	2	2	4
4	供应链管理实战	8	4	12
5	供应链管理绩效评价	2	2	4
	学时总计	18	14	32

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用微课，多媒体课件，案例研讨，课堂看一看、说一说、想一想等活动，实操测试，模拟演练等多样化形式进行教学。做到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。

（2）教学组织团队化

本课程教学将全班同学分成工作小组，每小组 4-5 人，组成团队，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，每小组共同完成老师布置的实践型任务，实行组长负责制，并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（3）教学手段现代化。利用学习通，多媒体等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

运用现代教育技术，采用多媒体教学手段，开发、制作本门课程的教学课件、运用电脑、投影仪等多种手段进行教学，具体说来就是：

1)播放制造企业、批发企业、零售企业和物流企业的图片、宣传片，使学生直观地了解和掌握不同企业类型主导的供应链管理的特征，提供有效信息。

2)播放各类企业供应链优化案例，让学生感受企业供应链构建与优化要求，并思考如何发现、分析、解决实际问题。

3)让学生自己制作企业供应链构建模型的小课件，培养收集信息、处理信息的能力，并提高电脑使用能力。

4)进行网上布置作业、网上批改作业、网上论坛与教学咨询。

5)开展网上查阅资料信息。

（7）主讲教师要求

任课教师具有中级以上职称，具备扎实的供应链管理理论功底和一定的实践经验，并对供应链管理软件操作非常熟悉。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《供应链管理》，朱占峰 陈勇主编，高等教育出版社，2019 年 1 月（第 3 版）

（2）参考书

《供应链管理》，万志坚 主编，高等教育出版社，2014 年

（3）参考网络资源

http://www.cnki.net.中国知网

http://www.chinawuliu.com.cn/ 中国物流与采购网

六、说明

1、本课程标准由现代物流管理专业教学团队与长沙市零售商业行业协会联合开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：　　2021 年 3 月 15 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《仓储与配送管理实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：现代物流管理教研室

联 合 开 发 单 位：湖南沃成科技有限公司

2021 年 4 月

目　录

《仓储与配送管理实务》课程标准 95
一、课程性质 95
二、课程目标 95
（一）总体目标 95
（二）具体目标 95
三、课程内容与要求 97
四、课程考核 99
1、平时过程成绩 99
2、期末考试成绩 99
五、实施建议 99
1、学时建议 99
2、教学建议 99
3、教材及参考资料建议 100
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议 100
六、说明 100

《仓储与配送管理实务》课程标准

课程代码：0105014

课程名称：仓储与配送管理实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：56 学时　　理论学时：30 学时　　实践学时：26 学时

学　　分：3.5 学分

适用专业：物流管理专业

先修课程：《现代物流基础》《商品基础知识》

后修课程：《国际货运代理实务》《采购与供应链管理》《物流成本管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《仓储与配送管理实务》是物流管理专业一门重要的专业核心课程。本课程主要研究仓储的概念、仓储公司的组建、仓储设施设备管理、仓储作业管理、仓储经营管理、配送认知、配送作业等内容。学生通过本课程理论学习和实践操作，应全面系统地掌握仓储及仓储经营管理、仓库和仓库设备、仓储规划设计、仓库进出库作业、仓库保管作业、仓储业务管理、配送作业管理等仓库管理和配送管理职业岗位业务管理的基本理论和方法，具备商品储存业务基本管理知识和基本技能，为未来从事有关物流仓储和配送管理业务工作奠定基础。

本课程是构成专业基本能力——仓储和配送管理技能的重要组成部分。开设在现代物流基础、运输管理实务、商品基础知识课程后，为后续课程物流客户服务、供应链管理等课程的学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程在教学过程中，注重以仓储管理和配送管理的综合知识为基本，具体仓储作业和配送作业组织和管理为重点，理论教学与实践教学并重，重点培养学生在仓储管理方面的知识积累和动手能力，提高学生思想道德修养，自觉践行职业精神和职业规范。

（三）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自

豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生能够对职业保持忠诚，具备讲信誉、重信用的优秀品质，培养契约精神；

（4）培养学生能够热爱自己从事的职业，能够恪尽职守，对自己份内的事情可以负责到底，有担当；

（5）培养学生做事能够坚持原则，要公平和正义，能够信任伙伴，具有分享的意识。

2.知识目标

（1）理解仓储及仓储管理概述内容；

（2）了解仓储行业的发展、仓库有关知识；

（3）熟悉仓储企业设立的相关内容；

（4）掌握仓储设施设备的结构；

（5）掌握物资入库流程、方法、步骤和操作要点；

（6）了解商品养护知识；

（7）掌握盘点的内容、方法和步骤；

（8）掌握商品出库作业的流程、发货方式、要求等内容；

（9）理解配送概述等知识；

（10）熟知配送的组织与方法；

（11）理解线路优化、车辆记载等知识；

（12）熟悉仓储商务活动的内容与过程；

（13）掌握仓储绩效管理知识。

（14）熟悉智能仓储的新知识、新技术。

3.能力目标

（1）能够根据要求设立有限责任仓储企业；

（2）具有制定仓储企业竞争战略的能力；

（3）具备仓储组织设计与人员管理的基本技能；

（4）能够熟练操作入库作业，组织物资入库；

（5）具备合理安排储位的能力，识别和进行商品编码、货位编号；安排商品的垫垛和苫盖；

（6）能够设计商品的盘点方案；

（7）能够进行货物出库管理的设计，能够处理货物出库时出现的问题；

（8）具备简单库存控制的能力；

（9）能够制定仓储投标书，参与一般性仓储商务活动；

（10）具备对仓储进行绩效管理的能力；

（11）具有仓储自动化技术应用与管理的能力；

（12）能够合理安排配送车辆；

（13）能够设计简单的配送线路。

4.职业素养目标

（1）培养学生具备对仓储市场的分析判断能力和灵活应变能力；

（2）培养学生具有从事物流相关工作的安全意识和质量意识；

（3）培养学生具备良好的团队协作意识和创新意识；

（4）培养学生具备吃苦耐劳的意志品质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	认识仓储业	（1）仓储和仓储管理； （2）仓库和仓库管理。	**教学活动：**认知学习：仓储行业发展现状及存在问题； 我国仓储行业与国外仓储行业比较分析。 **思政活动：**团队组建，制定团队目标、规则等。	**教学要求：**对仓储业有大概了解，认识到仓储的重要性；对仓储企业进行调研。 **德育要求：**在团队建设中，增强学生的团队荣誉感和协作精神。
2	仓储企业的组建	（1）仓储企业的分类与设立企业的要求； （2）组织结构； （3）仓储人员选拔、培训和考核的目的和方法； （4）仓库布置与储位划分。	**教学活动：**组建模拟仓储公司，设置全套信息；教师点评，小组互评 **思政活动：**岗位选拔、考核案例等。	**教学要求：**能够根据要求设立有限责任仓储企业；具备仓储组织设计与人员管理的基本技能； 能够对仓库布置和储位划分提出合理建议。 **德育要求：**在案例分析和讨论中，让学生建立起做事要公平、正义的观念，引导学生思考如何创新的问题。
3	仓储设备	（1）现代智能技术对仓储的作用与影响； （2）常用设备的使用方法； （3）仓储管理信息系统。	**教学活动：**理实一体化教学： 能够熟练使用仓储设备； 熟悉仓储设备的选取、分配等活动	**教学要求：**具有选择合适的新技术应用于仓库的能力； 根据实际情况提出仓储管理信息系统需求的能力。 **德育要求：**通过案例分析，

			思政活动：引入我国智能仓储设备制造的成功案例，凸显我国技术的发展成就。	增强学生的爱国精神、自豪感和荣誉感，激发创新精神。
4	仓储作业	（1）入库作业； （2）在库作业管理； （3）出库作业。	**教学活动：**采取理实一体化教学模式：模拟几种商品入库作业操作。 在库盘点，7S 管理；几种商品的出库作业。 过程考核，小组互评。 **思政活动：**团队完成入库、在库和出库作业，要求5S管理,规范操作。	**教学要求：**能够熟练组织商品入库； 能够安排商品的垫垛和苫盖； 能够设计商品的盘点方案及差异分析； 能够进行货物出库组织和管理的设计；能够处理物资出库时出现的问题。 **德育要求：**通过操作，培养学生吃苦耐劳、精益求精、责任感和团队协作的精神。
5	仓储经营管理	（1）库存控制的含义、作用； （2）ABC 分析法、定期、定量订货法； （3）仓储商务活动的内容与过程； （4）仓储合同的内容及仓单的作用； （5）仓储成本的构成。 （6）投标书的制作内容。	**教学活动：**情景模拟法，利用简单的库存控制方法实施库存管理； 设计仓储商务活动方案； **思政活动：**讨论仓单质押诈骗、物流仓储融资纠纷、私卖货主货物、串通投标、投标行贿等案例。	**教学要求：**具备进行库存控制的能力； 具备制定仓储一般商务活动方案的能力； 具备对仓储进行绩效管理的能力。 **德育要求：**通过案例分析，培养学生讲信誉、重信用，弘扬契约精神，告诫学生要遵纪守法。
6	配送认知	（1）配送与配送中心概述； （2）配送中心组织管理； （3）配送作业模式。	**教学活动：**情景模拟教学： 根据背景资料设计配送中心。 配送中心项目实施的可行性分析。 **思政活动：**学习快递人员暴力分拣案例。	**教学要求：**能够对配送中心进行分类；确定配送模式 根据实际情况，设计合理的配送中心布局图 **德育要求：**通过案例分析，引导学生思考对待职业的态度，要认真、负责，一丝不苟，兢兢业业。
7	配送作业	（1）配送作业流程； （2）车辆积载原则与方法； （3）配送线路优化方法。	**教学活动：**情景模拟教学： 设计配送车辆积载方案； 设计配送线路优化方案。	**教学要求：**能够根据客服需求、配送中心的能力，合理车辆调度作业； 能够设计科学合理的线路优化方案。 **德育要求：**在方案设计中，

				思政活动：引导学生创新设计配送车辆积载方案和设计配送线路优化方案。	培养学生要具有创新的思想。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（50%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（50%）

其中：仓储作业实操（60%），仓储行业分析报告（10%），仓储设备的选取与使用（20%），仓储商务活动方案（10%）。

各实践操作成绩都由学生互评（40%）和教师评价（60%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认识仓储业	4	2	6
2	仓储企业的组建	3	3	6
3	仓储设备	4	2	6
4	仓储作业	6	13	19
5	仓储经营管理	6	2	8
6	配送认知	5	2	7
7	配送作业	2	2	4
	学时总计	30	26	56

2、教学建议

（1）教师的基本要求

大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力；

具备设计基于能力导向的教学法的设计应用能力；具备系统的物流管理专业知识；有丰富的企业工作经验；具有良好的职业道德和责任心。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，通过超星学习通平台线上线下教学相结合，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《仓储作业管理》薛威，“十二五”职业教育国家规划教材，高等教育出版社

（2）参考书

《配送作业管理》，沈文天，“十二五”职业教育国家规划教材，高等教育出版社

《仓储管理实务》梁军，“十二五”职业教育国家规划教材，高等教育出版社

（3）参考网络资源

微信公众号：物流沙龙，物流时代周刊推送的文章、视频、图片等信息资源。

国家职业教育物流专业教学资源库资源。

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

利用物流实训室（S101）上课，开展理实一体化课程，学生边学边练习，提高学生的实际操作能力，为物流技能竞赛做准备。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

中外运久凌有限公司、中国邮政速递物流有限公司长沙分公司、湖南顺丰速运有限公司，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

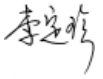
1、本课程标准由物流管理专业教学团队、湖南沃成科技有限公司等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定： 

日期：2021 年 4 月 1 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科

《国际货运代理实务》课程标准

（2021 年版）

制订部门（教研室）：现代物流管理教研室

联 合 开 发 单 位：长沙华益物流有限责任公司

2021 年 4 月

目　录

《国际货运代理实务》课程标准 104
一、课程性质 104
二、课程目标 104
（一）总体目标 104
（二）具体目标 105
三、课程内容与要求 107
四、课程考核 110
（一）成绩构成： 110
（二）考核内容： 110
（三）考核方案：考核内容、标准与方式： 110
五、实施建议 110
1、学时建议 110
2、教学建议 111
3、教材及参考资料建议 111
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议 112
六、说明 112

《国际货运代理实务》课程标准

课程代码：0105017

课程名称：国际货运代理实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：64 学时　　理论学时：38 学时　　实践学时：26 学时

学　　分：3.5 学分

适用专业：现代物流管理专业

先修课程：《现代物流基础》《运输管理实务》《国际贸易实务》

后修课程：《物流客户服务》《冷链物流运营实务》《物流英语》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《国际货运代理实务》是物流管理专业的一门核心主干课程。是在运输实务、国际贸易实务、物流专业英语等先行课基础上开设的，专门研究国际间货物运输与货运代理的基本理论和实务操作的一门实践性很强的综合性应用学科。课程涉及国际贸易、结算、货运保险、关检等多方面的理论和实务知识，主要针对性地介绍与国际货运代理业密切相关的海运、航空货运、陆路和国际多式联运、国际物流与仓储等业务。

本课程以基于工作过程的项目任务为主线，以提高学生职业能力为核心，要求学生全面学习和掌握国际货运代理的综合知识，掌握从事国际货运代理工作和进出口业务工作所必备的专业知识、业务技能和职业能力。同时，本课程围绕岗位工作任务需要，选择和组织课程内容，突出工作任务与知识的内在联系，使学生在实践中、在工作任务中有针对性地掌握知识，增强学生的实践能力与就业能力。

三、课程目标

（一）总体目标

《国际货运代理实务》课程引入项目教学方法，将《国际货运代理实务》的主要内容根据货代一线操作实践将其分为若干个项目，每一项目设计明确的工作任务，该项目的教学工作围绕该工作任务展开，设计具体的任务内容，授课与实训围绕核心任务展开，授课的效果以学生完成工作任务的效果来评价，提高授课内容的操作性，增强授课内容的针对性。本课程定位在全面了解国际货运代理基础的相关基础理论知识和掌握国际货运

代理基础的相关实践操作。并通过强化模拟实操过程，加深学生对课堂讲授内容的理解。使学生从国际货运基础理论、国际贸易方式等角度对货运基础的基本理论与实践进行了解和掌握，熟悉国际货运代理活动对经济活动、企业管理和政府公务的影响，强化学生对国际货运代理业务的理解和分析能力，突出面向国际物流管理应用的能力，培养学生的综合素质、分析能力、创新能力和团队协作精神。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生的规则意识和法律素养；

（3）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格；

（4）培养学生细心、耐心、恒心的敬业精神和职业责任感；

（5）培养学生的国际素养。

2、素质目标

（1）培养学生的语言表达能力和沟通能力；

（2）培养学生分析问题、解决问题及创造性思维的能力；

（3）培养学生的团队合作精神；

（4）培养学生应有的职业道德和法律意识；

(5) 培养自主学习能力、分析问题和解决问题的能力；

（6）培养国际货运现场处理事务的能力。

3、能力目标

（1）能准确掌握国际货运代理业务的经营范围；

（2）能熟知货代企业的含义、性质、业务范围、法律地位及责任；

（3）能掌握国际货运代理中各类信息、单据在公司内外流转的各种程序；

（4）能熟练掌握与海关、商检、银行、保险等有关的货代业务知识和操作技能；

（5）能正确接受货主、承运人等客户的咨询并及时解答；

（6）能及时、准确、有效地处理、满足客户的国际货运需求；

（7）能熟练代办租船订舱、保险等业务，并能协调处理货运货损事故等；

（8）能熟悉各种国际货代业务单证，并能正确填写、处理、递交；

（9）能熟练办理进、出口货物的交接；

（10）能熟练掌握索赔理赔程序，现场记录和证据保存。

4、知识目标

（1）通过本课程的学习，使学生熟悉国际商贸法律法规、掌握国际贸易实务知识；

（2）掌握国际货运单证相关知识；

（3）掌握国际货运代理全流程、集装箱运输等知识；

（4）熟悉业务内容和业务流程、学会处理运输纠纷；

（5）熟悉货运保险和货代责任险知识；掌握计算运杂费方法。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	**国际货运代理概述**	①国际货运代理的概念； ②国际货运代理企业； ③国际货运代理的行业管理； ④国际货运代理的发展方向。	教学活动：课堂讨论：“代理”的法律认知； 网络查找：知名货代企业； 课堂讨论：货代发展方向。 思政活动：货代的服务性告诉我们要具备吃苦耐劳的货代从业精神。“没有规矩不成方圆”，了解货代涉及的行业规则和管理制度。	知识要求： ①掌握国际货运代理的概念、性质、业务范围、作用； ②掌握中国与国际货运代理行业组织的情况； ③掌握国际货运代理管理制度； ④掌握国际货运代理发展方向。 技能要求： ①学会判断国际货运代理组织的性质； ②学会判断货代公司的行为是否符合行业法规； ③具备自主学习的能力。 德育要求： ①吃苦耐劳的精神； ②树立规则意识，遵守行业规则。
2	**国际货代法律地位与责任保险**	①国际货运代理法律地位概述； ②我国有关代理法律规定； ③我国国际货运代理法律责任； ④国际货运代理责任保险制度。	教学活动：课堂讨论：货代业务中的风险案例； 课堂讨论：货代角色的识别； 课堂讨论：货代风险防范机制。 思政活动：借助案例通过对国际货代业务活动中的权利、义务、责任的分析，从法律角度理性处理和化解国际货运代理业务纠纷。	知识要求： ①理解国际货运代理的法律地位； ②掌握我国有关代理法规的主要内容； ③掌握我国国际货运代理法律地位的识别方法； ④掌握国际货运代理责任保险制度。 技能要求： ①在实际业务中学会判断国际货运代理企业的法律地位； ②在实际业务中学会合理运用国际货运代理保险业务； ③具备自主学习的能力。 德育要求： ①提高法律素养； ②培养诚信精神； ③具备高度的职业责任感。
3	**国际货代与揽货**	①揽货的概念； ②客户群的分析； ③揽货中应注意的事项； ④揽货人员必须具备的资质。	教学活动：课堂表演：如何成功进行揽货； 课堂小结：揽货中发现问题、解决问题。 思政活动：学生	知识要求： ①掌握揽货的概念； ②客户群的分析； ③掌握揽货中应注意的事项； ④掌握揽货人员必须具备的资质。 技能要求： ①能做国际货运代理的市场营销；

			通过模拟货代角色扮演向客户进行揽货，注意礼仪、专业知识运用、责任心。	②掌握接收客户委托后应做的工作。
				德育要求： ①健全诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格； ②养成细心、耐心、恒心的敬业精神和职业责任感；
4	**国际海运货代与订舱**	①国际海上货物运输概述以及海上货物、海运船舶； ②订舱的概念，订舱前必须做的工作； ③订舱单的内容； ④网上订舱。	教学活动：情景分析：如何订舱； 单据缮制：订舱单； 课堂小结：订舱注意事项。 思政活动： 细节决定成败，注意订舱流程中的细节。	知识要求： ①掌握订舱的概念； ②掌握订舱前必须做的工作； ③掌握订舱单的内容。
				技能要求： ①能进行网上订舱； ②学会填制订舱单； ③学会拼箱货的订舱。
				德育要求： ①树立规则意识； ②养成细心、耐心、恒心的敬业精神和职业责任感；
5	**国际海运货代与装货**	①海运集装箱、装货的几种方式； ②装货前的准备工作、装货单据； ③装货程序及注意事项、装货单据的使用； ④跟踪集装箱装货的全过程。	教学活动：课堂讨论：集装箱的认知；装箱要领； 学习认知：集装箱的标准化。 思政活动： 了解集装箱的国际标准化，开拓国际视野。	知识要求： ①掌握装货的几种方式； ②掌握装货前的准备工作； ③掌握装货程序及注意事项；
				技能要求： ①学会走完装货程序； ②学会跟踪集装箱装货全过程； ③会填制和运用集装箱设备交接单。
				德育要求： ①具备国际素养； ②养成细心、耐心、恒心的敬业精神和职业责任感；
6	**国际货代与报关**	①报关企业的基础知识； ②企业口岸通关的作业流程； ③海关管理的法律规范。	教学活动：课堂讲授 案例讨论 思政活动： 通过背景资料，让学生分组设计货运代理报关流程；面对海关查验、缉私、征税，做到如实申报。	知识要求： ①掌握报关企业的基础知识； ②掌握企业口岸通关报关的作业流程； ③海关管理的法律规范。
				技能要求： ①会填制出入境单据； ②会企业口岸通关报关的业务操作。
				德育要求： ①树立规则意识； ②培养法律信仰； ③做到诚实守信。
7	**国际海运货代与制**	①海运提单的概念；	教学活动：案例分析：提单缮	知识要求： ①掌握海运提单的概念；

	单	②海运提单的种类； ③海运提单上记载的内容； ④海运提单的使用。	制； 边学边练：提单的使用。 思政活动： 能否凭保函换取清洁提单；能否倒签提单、预借提单、顺签提单案例讨论。	②掌握海运提单的种类； ③掌握海运提单的缮制、签发、更改、补发和背书。 技能要求： ①学会各类提单的填制； ②学会正确使用提单。 德育要求： 培养诚信精神和法律素养。
8	**国际海运货代与收费**	①运价与运费的概念； ②运费的结构； ③附加运费的种类； ④集装箱班轮运费的计算。	教学活动：课堂训练：各种海运运费的计算。 思政活动： “细节决定成败”，计算的各种细节。	知识要求： ①掌握运价与运费的概念； ②掌握运费的结构； ③掌握附加运费的种类。 技能要求： ①学会计算杂货班轮运费； ②学会计算集装箱班轮运费。 德育要求： 培养细心、耐心和责任心。
9	**国际海运货代与放货**	①班轮公司提单的放货； ②无船承运人提单的放货； ③拼箱货物的放货； ④电放； ⑤无单放货。	教学活动：课堂训练：各种不同情形的放货。 思政活动： 记名提单放货问题之中美法律冲突案例；电放环节 应注意的细节。	知识要求： ①掌握班轮公司提单的放货； ②掌握电放； ③掌握无单放货。 技能要求： ①掌握不同提单下的放货方法； ②区分电放与无单放货。 德育要求： ①拓展国际化视野； ②培养高度的职业责任感。
10	**国际航空货运代理**	①国际航空运输业务； ②国际航空运输业务流程及单证； ③国际航空公约及案例分析。	教学活动：知识查找：航空运输基础知识； 边学边练：国际航空运输业务流程； 实操训练：航空运单的缮制；航空运费的计算。 思政活动： 国际航空货运单缮制中的如实申报案例讨论；国际航空货运纠纷处理。	知识要求： ①了解出口航空货运代理业务基础知识； ②掌握国际出口航空货运代理的业务流程和单据缮制； ③了解进口航空货运代理业务基础知识； ④掌握国际进口航空货运代理的业务流程和单据缮制。 技能要求： ①能办理国际进出口航空货运代理的业务流程； ②能办理航空货运单据缮制。 德育要求： ①拓展国际化视野； ②培养诚信精神；

11	**国际多式联运代理**	①国际多式联运基础； ②国际多式联运业务流程及单证； ③国际多式联运方案设计； ④国际多式联运法律责任及案例分析。	教学活动：课堂讨论：国际多式联运的产生； 边学边练：国际多式联运方案设计。 思政活动： 为客户设计高效率、低成本的国际多式联运方案，做好沟通衔接工作。	知识要求： ①了解出口多式联运业务； ②了解进口多式联运业务。
				技能要求： 国际多式联运方案设计。
				德育要求： 具备细心、耐心、恒心的敬业精神和高度职业责任感。

四、课程考核

课程考核：

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末闭卷和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取平时过程考核与期末理论考试相结合的方式，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 30%，

课堂出勤纪律占 5 分，课堂发言占 5 分，作业和模拟实操任务完成占 20 分。

2、期末闭卷考试占总成绩的 70%。

采用理论闭卷笔试方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 64 学时，理论课时 38，实训课时 26，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	国际货运代理概述	2	2	4
2	国际货代法律地位与责任保险	4	2	6
3	国际货代与揽货	2	2	4

4	国际海运货代与订舱	4	2	6
5	国际海运货代与装货	4	2	6
6	国际货代与报关	2	2	4
7	国际海运货代与制单	6	2	8
8	国际海运货代与收费	4	2	6
9	国际海运货代与放货	2	2	4
10	国际航空货运代理	4	4	8
11	国际多式联运代理	2	2	4
	机动			4
	学时总计	36	24	64

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以企业典型工作任务为主线，将国际货运代理各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（1）教材

《国际货运代理（第三版）》　肖旭　高等教育出版社 2019 年；

《国际货运代理实务》　陶婷、符蓉　华东师范大学出版社 2014 年；

《国际货物运输代理概论》　2010 年国际货运代理员考证教材 中国商务出版社 2010 年；

《国际陆路与国际多式联运》　2010 年国际货运代理员考证教材 中国商务出版社 2010 年；

（2）参考书

《新编国际货运代理理论与实务》 王森勋 北京大学出版社 2010 年；

《国际货运代理理论与实务》 谢海燕 中国商务出版社 2009 年

（3）参考网络资源

国际货运代理综合服务网：http://www.ciffic.org

中国国际货运代理协会：http://www.cifa.org.cn/

福建省国际货运代理协会： http://www.fiet.gov.cn/huodai

深圳货运信息网：http://www.csanda.cn

锦程物流网：http://www.jctrans.com

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

国际货运代理模拟系统可用于模拟货代活动实践操作，帮助学生了解国际货运代理业务流程以及业务活动中的单据缮制和单据流程。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

中国邮政湖南分公司、深圳商壹国际物流有限公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队、长沙华谊物流有限责任公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2021 年 4 月 4 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《快递实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：现代物流管理教研室

联 合 开 发 单 位：湖南书山下文化传媒有限公司

2021 年 4 月

目　录

《快递实务》课程标准.....115
一、课程性质.....115
二、课程目标.....115
（一）总体目标.....115
（二） 具体目标.....116
三、课程内容与要求.....117
四、课程考核.....118
（一）成绩构成：.....118
（二）考核内容：.....118
（三）考核方案：考核内容、标准与方式.....118
五、实施建议.....119
1、学时建议.....119
2、教学建议.....119
3、教材及参考资料建议.....119
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议.....120
六、说明.....120

《快递实务》课程标准

课程代码：0105160

课程名称：快递实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：32 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：12 学时

学　　分：2 学分

适用专业：现代物流管理

先修课程：《现代物流基础》《市场营销实务》《市场调查实务》《仓储与配送管理实务》《国际货运代理实务》

后修课程：《毕业设计》《毕业实习》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《快递实务》是湖南商务职业技术学院物流管理专业构建 “工作过程为导向的”新课程体系中的一门专业课程，属于高职工商管理类专业开设的专业理论课程。

通过本课程的学习和训练：一方面通过课堂教学使学生了解快递业务在人们生活以及物流管理活动中的具体地位，尤其是快递业务发展对电子商务发展所起到的作用；第二个方面是要学生了解快递业务活动的基本流程，以及各流程的具体操作和注意事项，结合快递企业操作标准，熟练掌握快递业务操作的基本流程；第三个方面站在管理的角度对快递企业业务活动进行分析，掌握业务操作过程中可能存在的问题及有效的解决方案，从快递企业运营管理的角度，形成有效的管理思维，结合相关案例分析，对快递活动过程中出现的问题进行成因分析，并形成具体的解决方案。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程在教学过程中，根据快递公司的运营设计教学内容，并结合学生的实际情况和职业岗位要求，对课程教学内容进行合理设计，以帮助学生掌握快递

企业所需的专业技能，并形成一定的管理思维，能对快递企业尤其是快递企业运营网点的有效管理。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生追求低成本、高效率、高质量的理念。

（3）培养学生安全规范意识、遵纪守法的法律意识。

（4）培养学生认真负责、吃苦耐劳的工作态度，培养学生职业道德素养和服务意识。

（5）培养学生认真负责的工作态度及耐心、细致的工作作风、客户至上的服务精神。

2．知识目标

（1）掌握快递的基本操作流程。

（2）掌握快递网点布局和岗位设置情况，了解影响快递公司分拨中心选址的因素。

（3）理解快递公司网点加盟的有关规定。

（4）了解快递运输的分类及其对运输物品的要求。

（5）掌握客户投诉处理流程。

（6）掌握快递过程中公路、航空运输的操作流程。

（7）熟悉不同模式下快递网点的管理方式。了解快递企业绩效评估的流程与模式。

（8）掌握快递网点物流成本的构成。理解网点物流成本核算的方法。

3．能力目标

（1）能够熟练的对快递行业进行分析。

（2）能够初步对新网点进行内部布局。

（3）能够熟练的进行揽件、取件和派件操作。

（4）能够熟练的进行分拣、扫描、组织装（卸）车等操作。能够熟练完成特殊快件的交接工作。

（5）能够对快递在运输中出现的异常情况进行处理。

（6）能够对常规的客户（含 VIP）投诉进行处理。

（7）能够对网点的经营成本进行测算与分析。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	**要求**
1	了解快递	①快递业发展历程 ②快递业的基本流程	①相关快递企业介绍视频； ②学生收集快递企业基本情况介绍并制作 PPT； ③学生绘制快递基本操作流程图。	**教学要求：** ①学会查找和搜集资料； ②对企业进行调研（围绕快递企业基本介绍、业务模式进行资料收集）； **德育要求：** 通过案例分析和讨论，培养学生树立正确的职业价值观，热爱本职工作，积极乐观，自我激励的开拓进取的精神。
2	网点业务及管理	①了解影响快递公司网点选址的因素； ②掌握快递公司网点布局与岗位设置的情况 ③理解并掌握快递公司网点加盟的有关规定 ④能熟练进行揽件、取件与派件操作	案例分析讨论，分析快递公司选址的基本要素；通过视频教学，让学生掌握快递业务的岗位分布，掌握网点加盟时的基本流程和注意事项，以及揽件、派件的基本操作流程。	**教学要求：** ①掌握快递公司选址基本要素； ②掌握快递公司网点岗位设置及各岗位基本操作内容； ③掌握快递公司网点加盟的基本条件和要求； ④掌握揽件、取件和派件的基本操作流程 ⑤能够根据要求对快递网点进行选址； ⑥能够开展揽件、取件、派件的操作。 **德育要求：** 培养学生职业道德素养和服务意识。 培养学生安全规范意识、遵纪守法的法律意识。
3	分拨中心业务及管理	①了解影响快递公司分拨中心选址的因素 ②掌握快递企业分拨中岗位设置 ③熟练进行分拣、扫描、装车、卸车等操作； ④能熟练对贵	通过案例分析和视频教学，让学生掌握快递企业分拨中心在快递网络中的地位和作用，以及如何根据快递网络制定分级的分拨中心；掌握快递企业分拨中心的基本岗位设置。	**教学要求：** ①了解快递公司分拨中心选址的因素； ②掌握快递公司分拨中心的岗位设置和基本工作内容； ③掌握分拣中心基本业务操作；分拣、装车、卸车基本操作； **德育要求：** 培养学生认真负责的工作态度及耐心、细致的工作作风。 培养学生规则意识、团队精神。

		重物品的交接进行操作。		
4	快递运输	①了解快递运输的分类及对运输物品的要求； ②掌握快递公路运输的操作流程； ③掌握快递中航空运输的操作流程 ④掌握快递运输过程中异常情况处理。	通过案例分析，了解快递行业运输分类和运输物品的要求，掌握快递行业公路和航空运输的操作要求和基本流程，以及如何有效处理快递操作过程中的异常处理。	**教学要求：** ①快递公路运输和航空运输的基本流程； ②快递运输过程中异常情况处理； **德育要求：** 培养学生认真负责、吃苦耐劳的工作态度，培养学生职业道德素养和服务意识。 培养学生认真负责的工作态度及耐心、细致的工作作风、客户至上的服务精神。
5	快递公司客户服务管理	①快递公司客户分类及管理； ②快递客户基本服务流程； ③快递客户投诉管理	通过案例教学掌握快递客户的分类依据和管理方法，掌握客户投诉处理的基本流程。。	**教学要求：** ①掌握客户分类与管理； ②掌握客户投诉管理技巧。 **德育要求：** 培养学生客户至上的服务精神。 培养学生职业道德素养和服务意识。
6	快递企业物流成本管理	①快递企业物流成本的构成； ②快递企业物流成本核算方法； ③快递企业物流成本优化的途径。	通过快递企业物流成本分析案例，掌握快递企业物流成本的构成及核算方法；以及快递企业物流成本优化的基本思路。	**教学要求：** 掌握快递企业物流成本控制的基本方法。 **德育要求：** 培养学生追求低成本、高效率、高质量的理念。

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩和期末考试两部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）。

（三）考核方案：考核内容、标准与方式

该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 50%。

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末考核占总成绩的 50%。

题型针对技能考核，偏向案例分析、命题应用分析等，方式可以采用网络答卷、笔试等，注重快递知识和技能的应用。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 32 学时，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	了解快递	2	2	4
2	网点业务及管理	4	2	6
3	分拨中心业务及管理	4	2	6
4	快递运输	4	2	6
5	快递公司客户服务管理	4	2	6
6	快递企业物流成本管理	2	2	4
	学时总计	**20**	**12**	**32**

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。对全班同学进行分组，在任务驱动教学过程中以小组为单位进行，确定小组组长，实行组长负责制，分时间分时段利用课余时间至邮政代理点进行顶岗实训。

（4）理论与实践相结合。快递实务是操作性很强的课程，目前我院已与邮政速递建立了物流工作室，在本课程教学过程中，全面结合物流工作室的现有设备、场地和业务，开展实践性教学，将教学场地由课堂转换到操作现场，让学生在实践操作中掌握业务操作要求，为步入工作岗位打下基础。

3、教材及参考资料建议

（1）教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教

学落到实处，以快递实务流程为主线，将快递实务实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（2）推荐教学参考书

《快递公司物流运营实务》　　花永剑主编　清华大学出版社

（3）推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国物流与采购联合会 http://www.chinawuliu.com.cn

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实践教学条件利用（或开发）建议

充分利用学院与物流超市、物流公司等为实践教学基地，让学生利用课余和课内实践教学时间 ，接受企业导师现场指导，开展实践性教学工作。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队和湖南书山下文化传媒有限公司等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 10 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《物流成本管理》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：现代物流管理教研室

联 合 开 发 单 位：湖南乡村直通农业科技有限公司

2021 年 4 月

目 录

《物流成本管理》课程标准 124
一、课程性质 124
二、课程目标 124
（一）总体目标 124
（二）具体目标 124
三、课程内容与要求 125
四、课程考核（不违反成绩管理办法） 127
1、平时过程成绩 128
2、期末考试成绩 128
五、实施建议 128
1、学时建议 128
2、教学建议 128
3、教材及参考资料建议 129
六、说明 129

《物流成本管理》课程标准

课程代码：待定

课程名称：物流成本管理

课程类别：理论+实践

总 学 时：32 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：12 学时

学　　分：2 学分

适用专业：现代物流管理

先修课程：《现代物流基础》《市场营销实务》《市场调查实务》《仓储与配送管理实务》《国际货运代理实务》

后修课程：《物流客户服务》《采购与供应链管理》毕业设计》《毕业实习》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是物流管理专业的专业核心课程，本课程主要分为物流成本认知、运输成本核算与控制、仓储成本核算与控制、配送成本核算与控制、装卸搬运成本核算与控制、包装成本核算与控制、流通加工成本核算与控制等，使学生掌握物流成本管理的基础知识和实务操作，为后续物流专业课程的学习打好基础。

本课程是构成专业基本能力——物流管理技能的重要组成部分。开设在现代物流基础、仓储与配送管理实务、运输管理实务课程后，为后续课程物流客户服务、采购与供应链管理等专业核心课程的学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过对本课程的学习，学生将掌握物流成本的基本知识，了解物流成本管理的主要内容，熟悉各项物流成本的构成、核算、管理和控制；提高学生对物流活动各个环节成本的计算、分析和控制等实际操作技能。具有爱岗敬业、吃苦耐劳和与他人合作的职业素养。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生树立社会主义核心价值观。

（2）培养学生物流人员的职业道德感和社会责任感。

（3）培养学生敢于创新、乐于奉献的工作态度。

（4）培养学生严谨工作作风，细致、准确、有条不紊的专业素质和心理素质；

（5）培养学生团队合作意识和从全局出发考虑问题的思维。

（6）培养学生追求低成本、高效率、高质量的服务理念。

2. 知识目标

（1）掌握物流成本管理的基础知识及相关理论。

（2）掌握物流成本的核算、控制方法。

（3）掌握运输成本的构成、核算与控制方法。

（4）掌握仓储成本的构成、核算与控制方法。

（5）掌握配送成本的构成、核算与控制方法。

（6）掌握装卸搬运成本的构成、核算与控制方法。

（7）掌握流通加工成本的构成、核算与控制方法。

3. 能力目标

（1）能根据实际情况对物流成本进行分类，并指出物流成本的构成。

（2）能够对不同类型企业的物流成本进行核算。

（3）能够对企业的物流成本进行评价。

（4）能够用合适的方法控制企业的物流成本。

（5）能够对运输成本进行计算、分析和控制。

（6） 能够对仓储成本进行计算、分析和控制。

（7）能够对配送成本进行计算、分析和控制。

（8）能够对装卸搬运成本进行计算、分析和控制。

（9）能够对流通加工成本进行计算、分析和控制。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	要求
1	物流成本管理认知	1.了解物流成本管理的意义与作用。 2. 了解企业物流成本管理中存在的问题； 3. 掌握物流成本的分类； 4. 掌握物流成本的构成；	**教学要求：** 1. 能对物流成本进行分类 2. 能描述不同类型企业的物流成本构成。 **德育要求：** 培养学生树立正确的职业价值观，热爱本职工作，积极乐观，自我激励的开拓进取的精神。

2	物流成本核算	1．熟悉物流成本核算的目的； 2.了解物流成本核算中存在的问题； 3．了解物流成本核算的传统方法； 4．掌握作业成本核算方法。	**教学要求：** 1.能用传统方法对物流成本进行核算； 2 能用作业成本法对物流成本进行核算。 **德育要求：** 培养学生认真负责的工作态度及耐心、细致的工作作风。
3	物流成本评价	1．掌握物流成本评价的目的； 2.掌握物流成本评价的一般步骤； 3．掌握企业物流成本评价的基本方法。	**教学要求：** 能够运用各种方法对企业的物流成本进行评价 。 **德育要求：** 培养学生认真负责的工作态度及耐心、细致的工作作风。
4	物流成本的控制	1．了解物流成本控制的基本理念； 2．掌握物流成本控制的基本途径与策略； 3．掌握物流成本控制的主要方法。	**教学要求：** 1.能对物流成本进行预算； 2.能用主要的几种控制方法对物流成本进行控制。 **德育要求：** 培养学生追求低成本、高效率、高质量的服务理念。
5	运输成本管理	1．理解运输的概念和地位； 2．掌握运输成本的概念和构成； 3．掌握汽车运输成本的计算、分析和控制方法； 4.掌握船舶运输成本的计算、分析和控制方法。	**教学要求：** 1.能够对汽车运输成本进行计算、分析和控制； 2.能够对船舶运输成本进行计算、分析和控制。 **德育要求：** 培养学生严谨工作作风，细致、准确、有条不紊的专业素质和心理素质。
6	仓储成本管理	1．了解仓储成本的内涵及构成； 2．掌握仓储成本计算的目的、范围和方法； 3.熟悉仓储成本控制的关键指标； 4.掌握仓储成本控制的基本手段。	**教学要求：** 1．能对仓储成本进行计算； 2．能对仓储成本管理中的KPI 指标进行计算； 3.能用 ABC 对仓储成本进行控制。 **德育要求：** 培养学生扎根基层，踏实工作的职业素养。
7	包装成本管理	1.掌握包装成本的控制方法； 2.熟悉包装材料、包装机械与包装技术及分类；	**教学要求：** 1.能够计算包装成本； 2.能够控制包装材料的收

		3. 掌握包装成本的构成及计算。	发； 3. 能够对包装成本进行分析； 4. 能够对包装成本进行控制。 **德育要求：** 培养学生环保意识、敢于创新、乐于奉献的工作态度。
8	配送成本管理	1. 熟悉配送的基本环节； 2. 掌握配送成本的构成； 3. 掌握配送成本控制的基本程序； 4. 掌握配送成本控制的方法。	**教学要求：** 1. 能够计算配送成本； 2. 能够对配送成本进行分析； 3. 能够对配送成本进行控制。 **德育要求：** 培养学生团队合作意识和从全局出发考虑问题的思维。
9	装卸搬运成本管理	1. 掌握装卸搬运成本的概念和特点； 2. 掌握装卸搬运成本的构成； 3. 熟悉装卸搬运的作业形式； 4. 掌握装卸搬运作业合理化应该采取的措施	**教学要求：** 1. 能够进行装卸搬运成本的计算； 2. 能够对装卸搬运成本进行分析； 3. 能够对装卸搬运成本进行控制。 **德育要求：** 培养学生敢于创新的职业道德感和社会责任感。
10	流通加工成本管理	1. 掌握流通加工的概念和生产型加工的区别； 2. 掌握流通加工成本的构成； 3. 熟悉流通加工的形式； 4. 掌握流通加工合理化的途径。	**教学要求：** 1. 能够对流通加工的成本进行计算； 2. 能够对流通加工的成本进行分析； 3. 能够采取适当的措施使流通加工更加合理化。 **德育要求：** 培养学生追求低成本、高效率、高质量的服务理念。

四、课程考核（不违反成绩管理办法）

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践项目（30%）

其中：运输成本核算（20%），仓储成本核算（20%），配送成本核算（20%），包装成本核算（20%），装卸搬运成本核算（20%）。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 32 学时，教学学时分配建议如下表 2 所示。各专业根据专业实际情况，可以将学时做适当增减处理，但教学内容要涵盖以下模块。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	物流成本管理认知	1	1	2
2	物流成本核算	1	1	2
3	物流成本评价	1	1	2
4	物流成本的控制	1	1	2
5	运输成本管理	3	1	4
6	仓储成本管理	3	1	4
7	包装成本管理	3	1	4
8	配送成本管理	3	1	4
9	装卸搬运成本管理	1	1	2
10	流通加工成本管理	1	1	2
11	复习	2	0	2
12	机动	0	2	2
	学时总计	20	12	32

2、教学建议

（1）教师的基本要求

大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

具备系统的会计、财务管理的专业知识。

有丰富的物流企业或仓储企业工作经验。

具有良好的职业道德和责任心。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频、案例等教学手段，利用课堂派，开展信息化教学，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材（不违反教材管理办法）

屈建科、杨明，《物流成本管理》（最新版），高等教育出版社，十二五职业教育国家规划教材，国家级精品资源共享课配套教材。

（2）参考书

山茵茵，《物流成本管理任务驱动式教程》，人民邮电出版社，高等职业教育国家规划教材。

（3）参考网络资源

中国物流与采购联合会网站、物流沙龙网站、

物流时代周刊、物流指闻等公众号推送的信息。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队、湖南乡村直通农业科技有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 10 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《物流客户服务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：现代物流管理教研室

联 合 开 发 单 位：湖南书山文化传媒有限公司

2021 年 4 月

目　录

《物流客户服务》课程标准 133
一、课程性质 133
二、课程目标 133
（一）总体目标 133
（二）具体目标 133
三、课程内容与要求 134
四、课程考核 136
（一）成绩构成： 136
（二）考核内容： 136
（三）考核方案：考核内容、标准与方式 136
五、实施建议 136
（一）学时建议 137
（二）教学建议 137
（三）教材及参考资料建议 137
（四）校外实践教学条件利用（或开发）建议 138
六、说明 138

《物流客户服务》课程标准

课程代码：0105044

课程名称：物流客户服务

课程类别：理论+实践

总 学 时：32 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：12 学时

学　　分：2 学分

适用专业：现代物流管理

先修课程：《现代物流基础》《市场营销实务》《市场调查实务》《快递实务》《国际货运代理实务》

后修课程：《毕业设计》《毕业实习》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《物流客户服务》是基于工作过程开发的课程，是物流管理专业必修的核心课程之一。它是一门理论联系实际、应用性很强的课程，以客户服务综合技能培养为主线，直接培养物流管理专业学生的客户服务素质。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程是为培养物流客服主管服务的，通过本课程学习，学生认识和掌握客户服务的基本理论和方法，具备及时了解客户需求并做出有效反馈的能力，具备客户投诉处理能力，服务客户回访及业务推广能力等，养成诚信守信、团结合作、求实创新和开拓进取的物流客服职业价值观。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生诚实正直，言行一致，勇于承认错误，敢于承担责任的品质；

（4）培养学生富有团队精神，愿意帮助配合同事，能够主动分享业务知识和经验；

（5）培养学生求实、敢于创新，建立新方法、新思路的意识，具备热心服务、耐心

应对的品质；

（6）培养学生热爱本职工作，积极乐观，自我激励的开拓进取的精神。

2.知识目标

（1）认识物流客户服务；

（2）掌握物流客户服务的礼仪；

（3）掌握物流客户沟通的技巧；

（4）掌握物流客户细分的方法；

（5）掌握物流客户投诉处理的技巧。

（6）掌握不同类型客户服务工作的内容和技巧。

3.能力目标

（1）具有收集客户信息的能力；

（2）具备和客户良好沟通的能力；

（3）具备解决客户投诉的能力；

（4）具备提高客户满意度的能力等。

（5）具有较好的学习新知识和新技能的能力；

（6）具有制订工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；

4.职业素养目标

（1）具备良好的职业道德；

（2）学生思维敏捷，具备客户活动心里的洞察力；

（3）具有较强的集体意识和团队合作精神，良好的倾听能力；

（4）具有良好的商务礼仪素养、商务沟通与人际交往能力。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求

1	认识物流客户服务	（1）企业历史、文化、业务介绍； （2）客户服务工作介绍； （3）客服对企业的价值；	**教学活动：**学生对客户服务岗位的分析与理解。 案例分析认识客服对企业的价值和如何缓解工作压力。	**教学要求：**掌握客户服务的基本知识，在实践活动中，能够分析客户服务岗位；能初步分析物流企业的客户服务工作内容。 **德育要求：**通过案例分析和讨论，培养学生树立正确的职业价值观，热爱本职工作，积极乐观，自我激励的开拓进取的精神。
2	物流客服礼仪	（1）物流客户服务礼仪基本知识； （2）仪表礼仪、语言礼仪和电话礼仪。	**教学活动：**案例分析、讨论：学生对不同的场合可以正确使用礼仪；	**教学要求：**掌握相关客户服务礼仪；掌握物流客户沟通技巧。 **德育要求：**通过案例分析和礼仪操作，学生具备热心服务、耐心应对的品质。
3	物流客户投诉处理	（1）物流客户细分； （2）受理物流客户投诉； （3）处理物流客户投诉； （4）投诉处理后服务跟进；	**教学活动：**案例分析、讨论：物流企业不同类型客户投诉的处理。	**教学要求：**能对客户的投诉进行有效的分析并能解决实际问题。 **德育要求：**通过案例分析和讨论，培养学生求实、敢于创新，针对不同的客户建立新方法、新思路的意识。
4	不同类型客服岗位介绍	（1）在线客服； （2）国际客服； （3）主动客服。	**教学活动：**案例分析、讨论：不同类型客服工作要求和内容	**教学要求：**掌握不同类型客服工作的内容和技巧。 **德育要求：**通过案例分析，培养学生诚实正直，言行一致。

5	模拟物流客户服务工作操作	（1）物流客户服务工作模拟； （2）如何提高客户满意度； （3）如何成为一名优秀的客服人员。	**教学活动：**实操：模拟客户服务工作。	**教学要求：**掌握在客服工作中，如何提高客户满意度，如何成为一名优秀的客服人员。 **德育要求：**通过客服工作模拟实操，培养学生富有团队精神，愿意帮助配合同事，能够主动分享业务知识和经验，勇于承认错误，敢于承担责任的品质。

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、职业道德等职业素养；通过案例分析讨论考核学生能把理论的学习融入到企业实践活动的研究和认识中，解决实际问题能力，语言表达能力等；通过考核物流客户服务的基本技能，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩和期末考试两部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）。

（三）考核方案：考核内容、标准与方式

该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 50%。

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末考核占总成绩的 50%。

题型针对技能考核，偏向案例分析、命题应用分析等，方式可以采用网络答卷、笔试等，注重客服知识和技能的应用。

五、实施建议

（一）学时建议

本课程建议学时 32 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认识物流客户服务	4	0	4
2	物流客服礼仪	2	2	4
3	物流客户投诉处理	4	2	6
4	不同类型客服岗位介绍	8	2	10
5	模拟物流客户服务工作操作	2	6	8
	学时总计	20	12	32

（二）教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（三）教材及参考资料建议

1、教学资料选取原则

在教材的选择中，应该选择最新的国家规划教材，要选择贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以客户服务整个过程为主线，从认识物流客户服务、提升客户服务技巧、提升客户服务能力及其他客户服务工作，能够实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

《物流客户服务》　石小平主编　人民交通出版社

《物流客户服务》　曾益坤 庞德义主编　中国人民大学出版社

3、推荐教学参考网站

中国物流与采购网 http://www.chinawuliu.com.cn

（四）、校外实践教学条件利用（或开发）建议

中国邮政长沙分公司等校企合作校内外实践教学基地，提供实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队、湖南书山下文化传媒有限公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 1 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《运输管理实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：现代物流管理教研室

联 合 开 发 单 位：长沙华益物流有限责任公司

2021 年 4 月

目　录

《运输管理实务》课程标准 141
一、课程性质 141
二、课程目标 141
（一）总体目标 141
（二）具体目标 141
三、课程内容与要求 142
四、课程考核 143
1．成绩构成 144
2. 考核内容与考核方式 144
五、实施建议 145
1、学时建议 145
2、教学建议 145
3、教材及参考资料建议 146
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议 146
六、说明 146

《运输管理实务》课程标准

课程代码： 0105011

课程名称：运输管理实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：56 学时　　理论学时：38 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：4 学分

适用专业：现代物流管理

先修课程：《现代物流基础》

后修课程：《仓储与配送管理实务》《国际货运代理实务》《物流成本管理》《冷链物流运营实务》《采购与供应链管理》《物流客户服务》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《运输管理实务》是高职院校物流管理专业的专业核心课程之一，具有较高的综合性，其功能主要是讲授运输或物流企业组织货物运输的技术、方法和流程，使学生掌握物流运输的基本理论和操作方法，为从事物流运输管理工作打下基础。

本课程是一门货物运输基础知识和操作技能、理论知识和实践技能并重的综合性课程。

二、课程目标

（一）总体目标

运用培养学生实践能力和创新能力的现代教学理念，组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生掌握货物运输的基础知识和基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、合作、敬业等良好品质，以及提高学生综合运用专业知识技能的素质。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国

情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生敬业、理性、尊重他人、关心他人和与人为善的运输管理道德素养，能尊重被客户的个人隐私，遵守行业自律准则，维护客户的知情权；

（5）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，在运输管理工作中不弄虚作假，拒绝承运假冒伪劣产品；

2、知识目标

通过项目主线、任务引领的活动设计，使学生掌握运输管理的基本理论，基本原理，熟悉各种运输方式的操作流程及业务组织，提高学生综合运用专业知识技能的素质。

2、能力目标

（1）能熟练描述出运输系统的构成要素，各种运输方式的技术经济特征。

（2）能按合理的运输组织流程，处理两种及以上运输方式的货运组织工作。

（3）熟悉运输费用的基本构成和计算方法，会计算货物运输费用。

（4）至少掌握两种及以上运输方式的主要运输单证的缮制方法，会填制这些票证。

（5）了解货物运输的相关法律法规，熟悉运输合同的内容、订立与修改程序，会签订运输合同。

3、素质目标

（1）具备强烈商业信誉观；

（2）具备良好的团队协作意识；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质；

（4）树立环保、安全意识，形成良好的职业道德行为。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	运输管理概论	1、运输的概念与功能； 2、运输与物流的关系； 3、运输系统的构成； 4、合理化运输的形式和影响因素； 5、货物运输企业	1、课堂多媒体教学； 2、案例分析； 3、组织调查活动，提交一份关于运输问题的调查分析报告。	掌握运输系统的构成； 熟悉运输的概念与功能；了解运输与物流的关系及运输市场及其内在因素。能分析合理化运

				输的形式和影响因素；
2	公路货物运输	1、公路货运的基本条件； 2、公路整车货运的流程及相关运输单证 3、公路零担货运的流程及相关运输单证； 4、特种货物运输的相关规定； 5、公路运输费用的计算。	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析； 3、计算机模拟整车、零担货物运输组织的过程； 4、核算公路运输成本。	熟悉公路货运的基本条件； 分析公路整车货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 分析公路零担货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证；了解特种货物运输的相关规定；会进行公路运输费用的计算。
3	水路货物运输	1、水路货运的基本条件； 2、水路进出口货物运输的组织； 3、特种货物运输的相关规定； 5、水路运输费用的计算。	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析； 3、计算机模拟单证的填写和流转； 4、观看海运视频。	掌握水路运输费用的计算。 熟悉水路货运的基本条件、主要单证的内容、水路进出口货物运输的流程，实践相关工作内容； 了解特种货物运输的相关规定。
4	铁路货物运输	1、铁路货物运输的基本条件； 2、铁路货物运输的流程； 3、铁路运输费用的计算方法。	1、课堂多媒体教学； 2、进行情景模拟训练； 3、企业参观。	熟悉铁路货物运输的基本条件、铁路货物运输的流程； 掌握铁路运输费用的计算方法，会进行运输费用的计算。
5	航空货物运输	1、航空货物运输的基本条件； 2、航空进出口货物运输流程； 3、航空运输费用的计算方法。	1、课堂多媒体教学； 2、情景模拟，设计一单航空货运的组织方案； 3、企业参观。	熟悉航空货物运输的基本条件、航空进口货物运输流程； 掌握航空出口货物运输流程、航空运输费用的计算方法。
6	多式联运管理	1、多式联运的组织运作程序； 2、多式联运各环节的主要工作内容； 3、多式联运责任的划分方法；	1、课堂多媒体教学； 2、案例讨论分析。 3、企业参观。 4、收集整理相关资料信息。	了解多式联运的组织运作程序、多式联运各环节的主要工作内容； 熟悉多式联运责任的划分方法； 提交一份关于多式联运的调查报告。

四、课程考核

1．成绩构成

（1）平时过程成绩占 30%。

（3） 期末考试成绩占 70%。

2.考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:包括课堂出勤（占 20%)、发言讨论（占 20%)、作业完成（占 40%）和德育素养（占 20%）五个部分，评价标准以超星学习通等平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为机试或笔试。

（3）考核标准

序号	教学单元	考核知识点及要求	考核比例
1	运输管理概论	1、熟悉运输的概念与功能； 2、了解运输与物流的关系； 3、掌握运输系统的构成，画出运输系统构成图； 4、分析合理化运输的形式和影响因素。	5%
2	公路货物运输	1、熟悉公路货运的基本条件； 2、分析公路整车货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 3、分析公路零担货运的流程，画出流程图，填制相关运输单证； 4、了解特种货物运输的相关规定； 5、掌握公路运输费用的计算。	30%
3	铁路货物运输	1、熟悉铁路货物运输的基本条件； 2、分析铁路货物运输的流程； 3、掌握铁路运输费用的计算方法，练习运输费用的计算。	10%
4	水路货物运输	1、熟悉水路货运的基本条件； 2、分析水路进出口货物运输的流程，实践相关工作内容； 3、熟悉水路运输主要单证的内容，练习相关单证的缮制； 4、了解特种货物运输的相关规定； 5、掌握水路运输费用的计算。	25%
5	航空货物运输	1、熟悉航空货物运输的基本条件； 2、分析航空进口货物运输流程； 3、分析航空出口货物运输流程； 4、掌握航空运输费用的计算。	20%

序号	教学单元	考核知识点及要求	考核比例
6	多式联运管理	1、了解多式联运的组织运作程序； 2、了解多式联运各环节的主要工作内容； 3、了解多式联运责任的划分方法	10%
			100%

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第二学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	运输管理概论	3	1	4
2	公路货物运输	8	6	14
3	水路货物运输	10	4	14
4	铁路货物运输	6	2	8
5	航空货物运输	8	4	12
6	多式联运管理	3	1	4
	学时总计	38	18	56

2、教学建议

（1）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）教学环境情景化

在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及运输管理工作的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。

（5）主讲教师要求

任课教师应具有扎实的运输管理理论功底和一定的实践经验并对运输管理应用系统软件操作非常熟悉。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《运输管理实务》（第 2 版），主编：李佑珍，高等教育出版社，2020 年出版。

（2）参考书

《运输管理实务》，主编：杜丽茶，华东师范大学出版社。

（3）参考网络资源

https://www.icourses.cn/web/sword/portal/shareDetails?&cId=6633#collapse1-2

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

华软第三方物流管理系统可用于模拟运输活动实践操作，帮助学生了解运输活动过程。

六、说明

1、本课程标准由物流管理专业教学团队、长沙华谊物流有限责任公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 5 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《顾客体验与服务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：连锁经营与管理教研室

联 合 开 发 单 位：湖南乡村直通农业科技有限公司

2021 年 4 月

目　录

《顾客体验与服务》课程标准.....错误!未定义书签。
一、课程性质.....错误!未定义书签。
二、课程目标.....错误!未定义书签。
（一）总体目标.....**错误!未定义书签。**
（二）分类目标.....**错误!未定义书签。**
三 课程内容与要求.....错误!未定义书签。
四、课程考核.....错误!未定义书签。
1、平时过程成绩.....**错误!未定义书签。**
2、期末考试成绩.....**错误!未定义书签。**
五、实施建议.....错误!未定义书签。
1、学时建议.....**错误!未定义书签。**
2、教学建议.....**错误!未定义书签。**
3、教材与资料建议.....**错误!未定义书签。**
六、说明.....**150**

《顾客体验与服务》课程标准

课程代码：

课程名称：顾客体验与服务

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：28 学时　　实践学时：12 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：连锁经营与管理专业

先修课程：《连锁经营管理实务》《市场营销实务》《零售数据分析与应用》《连锁门店运营与管理》《连锁品类管理实务》《推销与谈判》等

后修课程：《专业技能综合实训》《毕业实习》《毕业设计》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《顾客体验与服务》是湖南商务职业技术学院连锁专业构建 “工作过程为导向的”新课程体系中的一门专业课程，属于高职连锁管理类专业开设的核心专业课程。

本课程是构成专业核心能力——连锁经营管理能力的重要组成部分（顾客管理），开设在最后一学期，在连锁专业大多数核心专业课程之后，直接对应技能抽查标准《顾客管理》模块，为毕业生在今后实际工作中处理各种服务情景打下扎实的专业基础。

二、课程目标

（一）总体目标

培养学生良好的服务意识和职业道德，使学生掌握《顾客体验与服务》的基本概念和理论，不同类型客户的服务技巧，全方位提升学生在门店运营与管理过程中的形象管理能力、沟通能力、应变能力、情绪管理能力与服务创新能力、服务安全知识的掌握与运用；培养学生网络客户服务技巧以应对新零售时代线上线下的高度融合，从而全面提升门店的形象，达到更好的顾客体验与服务的效果。

（二）分类目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生敬业、理性、尊重他人、关心他人和与人为善的客户服务职业道德素养，能尊重客人个人隐私，遵守行业自律准则，维护客户的合法权益；

（5）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，在客户服务中坚守诚信、

公平买卖、童叟无欺、不强买强卖、不误导或欺诈消费者；

（6）培养学生乐于助人的奉献精神，在保证自身安全的前提下，遇到各种紧急突发安全事件时，应该迎难而上、挺身而出，运用自己掌握的服务安全知识积极对他人实施救助。

2．知识目标

（1）掌握客户服务的基本概念、基本原理在连锁门店运营与管理各领域应用的技巧；

（2）掌握客服服礼仪知识；

（3）掌握基本的服务接待技巧；

（4）掌握沟通技巧；

（5）掌握不同类型客户的服务技巧；

（6）掌握客户投诉处理技巧；

（7）掌握服务创新技巧、服务优化方法；

（8）掌握网络客服技巧；

（9）掌握客服中安全知识的运用技巧。

3．能力目标

（1）具备良好的形象管理能力；

（2）具备良好的沟通、协调能力；

（3）具备企业客服流程诊断与优化的能力；

（4）具备服务工作中学习新知识和新技能的能力；

（5）具备制订服务工作计划的能力和解决实际业务问题的能力；

（6）具备获取和使用服务信息的能力；

（7）具备服务创新的能力；

（8）具备服务过程中应对突发事件的应变能力；

（9）具备运用服务技能提升顾客体验与服务质量的能力；

（10）具备敏锐的观察力、准确的判断力和严密的逻辑思维能力；

（11）具备根据顾客的行为特征准确分辨出不同类型顾客的需求特征，并给出正确积极的应对和处理方法的能力；

4.职业素养目标：

（1）培养学生为他人服务的诚信品质、吃苦耐劳精神；

（2）培养学生良好的服务形象：仪容、仪表、仪态；

（3）培养学生尊重、理解、沟通、协调、组织、创新等职业意识；

（4）培养学生在服务工作中强烈的责任意识和遵纪守法意识。

（5）培养学生良好的服务意识和态度，在服务过程为顾客提供周到、真诚热情、主动的服务；

（6）培养学生良好的服务心理与品格，正确地认识自己的工作性质、尊重热爱自己的工作、愿意积极主动、精力充沛地为顾客提供服务，不把自己的不良情绪带给

消费者。

三 课程内容与要求

编号	工作任务模块	课程内容		活动设计	要求
1	认识客服	①识别客户； ②识别优质客户；	2	通过了解、讨论和分析各种有代表性的案例；如海底捞、东方饭店、迪拜帆船酒店等，领略客服魅力。 **思政活动**：学习通上进行主题讨论，案例：南大宿管阿姨的3D黑板报，并发表自己的看法。	**教学要求**：掌握客服的概念及重要性。 **德育要求**：尊重服务职业，尊重每一位服务一线的服务人员，职业没有贵贱之分，应该要干一行、爱一行、专一行，行行都可以干出自己的特色和风采。
		③识别客服职业； ④经典客服案列分析。	2		
		①仪容； ②仪表； ③仪态； ④客户电话服务礼仪 ⑤名片使用礼仪	2		
3	顾客服务中的沟通技巧	①沟通基础知识；身体语言的运用；微表情；察言观色	2	①分析各种典型沟通案例 ②几种常见的提问、倾听、身体语言的模拟训练； ③读心术测试 ④我来比划你来猜 **思政活动**：学习通上进行主题讨论，研读钟南山院在武汉封城照片、大步走入人民大会堂领奖的照片中的微表情和肢体语言。	**教学要求**： ①掌握沟通的基本要素和基本方式； ②掌握倾听的技巧，如何成为一个好的聆听者； ③掌握提问和身体语言的运用； ④掌握微表情的识别与运用； ⑤掌握说话的技巧； **德育要求**：不仅仅在工作中要注意沟通技巧，在生活中也要做一个高情商、会说话、与人为善、善解人意、文明用语、传播正能量的当代有为青年。
		②倾听技巧；提问技巧； ③有效沟通的语言；说的技巧，服务话术；	2		
		沟通技巧的课堂实训	2		

4	顾客服务技巧	①服务意识和态度； ②服务心理与品格； ③顾客体验与服务中的基本接待技巧；	2	①欢迎顾客的到来的基本流程和技巧； ②自拍一张微笑照片； ③学习通赏析蒙娜丽莎的微笑； ④学习通主题讨论里里赞美一位同学； ⑤不同行业和业态的服务技巧案例分析； **思政活动**：学习通上进行主题讨论，搜集并讨论武汉疫情期间举国上下团结一心抗疫的感人服务案例。	**教学要求：** ①掌握服务意识和态度； ②掌握服务心理与品格； ③掌握客接待客户的技巧； ④掌握理解和挖掘客户需求、满足客户需求和期望的技巧 ⑤掌握微笑服务的方法和技巧 ⑥掌握如何赞美顾客 ⑦掌握如何拒绝顾客。 **德育要求：** 具备良好的服务意识和态度，在服务工作中为顾客提供周到、真诚、热情、主动的服务；具备良好的服务心理与品格，正确地认识自己的工作性质、尊重热爱自己的工作、愿意积极主动、精力充沛并地顾客提供服务，不把自己的不良情绪带给消费者。生活中积极主动为身边的人提供力所能及的帮助或服务，经常参加一些服务于社会的志愿者活动。
		④客户的需求分析：理解和挖掘客户需求、满足客户需求和期望的技巧； ⑤微笑服务； ⑥赞美技巧； ⑦如何拒绝客户；	2		
		课堂实训：不同行业和业态的服务技巧案例分析。	2		
5	不同类型的顾客服务技巧	①不同异议类型的客户服务技巧； ②棘手客户的服务技巧。 ③不同个性特征的客户服务技巧； ④不同行为模式的客户服务 技巧；	2	①分组尝试对客户以星座、生肖、血型、气质、性别、年龄、国度、地域、省份等进分类，并总结其行为特征； ②总结不同类型顾客需求特点； ③总结不同顾客应对方法和服务技巧。 **思政活动**：学习通上进行主题讨论，对比21年3月中美会谈期间面对霸道的美国中国的回应态度、接下来的中俄外长桂林会晤中国热情友好的待客态度。	**教学要求：** ①掌握不同类型客户的行为特征； ②掌握不同类型客户的需求特征； ③掌握不同类型客户的应对方法。 **德育要求：**在客户服务中诚实守信、公平买卖、童叟无欺、不强买强卖、不误导消费者；不泄露、出卖客户的个人资料，不能欺软怕硬，不嫌贫爱富、应该恪守职业道德。
		⑤不同做事风格、不同社交行为的客户分类及服务技巧； ⑥不同销售氛围、不同气质类型、不同行业的客户分类及服务技巧。	2		

		不同类型客户服务课堂实训	2		
6	服务创新	①客服满意度； ②超值服务的内容： ③顾问式服务，服务个性化，	2	①思考与讨论：服务创新的动力是来源于客户的满意度； ②案例分析：学习通上各种创新服务案例的分享和讨论； ③根据某一服务行业中的实际情况存在问题或不足，进行服务创新或优化设计。 **思政活动**：学习通上进行主题讨论，举例说明抗击疫情期间，服务科技化发挥的重大作用。	**教学要求：** ①掌握客服满意度的分析，超值服务的内容。 ②掌握顾问式服务、服务人性化、服务个性化、服务体验化、服务科技化。 ③能够合理设计创新服务。 **德育要求：**服务创新的内容和手段不能违反法律法规，不能有悖公序良俗，服务创新内容应该符合社会主义核心价值观。
		④服务人性化，服务体验化、服务科技化。 ⑤服务理念创新	2		
		服务创新课堂实训	2		
7	顾客投诉的处理技巧及综合训练	①客户投诉的原因：识别投诉。 ②有效处理客户投诉的意义； ③投诉处理的原则；	2	①技能抽查顾客投诉处理方案标准学习； ②分析技能抽查标准题库：顾客投诉模块案例的处理方案； **思政活动**：学习通上进行主题讨论，搜集并讨论网上碰瓷，恶意维权案例。	**教学要求：** ①掌握顾客投诉的原因、重要意义； ②掌握处理顾客投诉的基本原则、步骤、方法和技巧。 ③掌握投诉带来的危机处理方法； ④能够撰写完整的顾客投诉方案。 **德育要求：**做为服务人员不能以强欺弱，不能刻意制造消费陷阱、刁难坑害顾客，做为消费者不能碰瓷商家、恶意维权。
		④投诉处理的步骤； ⑤投诉带来的危机处理； ⑥熟悉技能抽查顾客投诉处理方案标准，	2		
		撰写投诉处理方案。	2		

8	网络时代的客服	⑦网络客服的概念、特征、优点、缺点； ⑧几大有代表性的电商网站服务特色； ⑨电商新秀：如直播带货、毒等创新网络服务特色。	2	⑤每组选定不同的大众电商巨头（如：淘宝、天猫，京东、唯品会、拼多多等），对其服务特色进行讨论、总结。 ⑥每组选一组小众电商平台新秀（直播带货、美丽说、小红书、毒、蘑菇街等），对其服务特色进行讨论、总结。 **思政活动：**学习通上进行主题讨论，低俗的网络直播引诱观众打赏、通过网络销售假冒伪劣产品给社会带来的危害。	**教学要求：** ①网络客服的概念、特征、优点、缺点； ②几大有代表性的电商站服务特色； ③电商新秀的创新网络服务特色。 **德育要求：**做为服务人员不能用网络平台从事非法交易或服务活动，不管是线上的网络服务还是线下的实体店服务，都应遵纪守法，诚实守信，做为消费者应该抵制各种低俗、非法商业网络运营平台。
9	客服中的服务安全知识	①各种急救知识。 ②各种安全防范知识。	1 1	①标准的心肺复苏急救视频演示；食物噎住-海姆立克急救法视频演示；溺水急救视频演示等 ②地震、火灾、电梯故障等安全事故的预防及急救知识相关的案例分析和视频展示。 **思政活动**：学习通上进行主题讨论，搜集并讨论运用安全急救知识挺身而出紧急救人的案例。	**教学要求：** 能熟练掌握各种安全急救的理论知识和实操技能，并能灵活应用于实践。 **德育要求**：在保证自身安全的前提下，遇到各种紧急突发安全事件时，应该迎难而上、挺身而出，运用自己做学安全知识积极救助需要帮助的人和事。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：礼仪展示（10%），沟通情境分析（15%），不同顾客服务技巧分析（15%），顾客服务创新（20%），顾客投诉处理方案（40%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：客服知识、原理、方法占 60%，客服案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

教学单元	理论	实践	其他	合计
认识客服	3	1		4
客户服务礼仪	2	0		2
客户服务中的沟通技巧	4	2		6
客户服务技巧	4	2		4
不同类型的顾客服务技巧	4	2		6
服务创新	4	2		6
客户投诉的处理技巧及综合训练	4	2		6
网络时代的客服	1	1		2
客服中的安全知识	2	0		2
合计	28	12		40

2、教学建议

（1）师资要求：具备客户服务相关专业知识和企业相关工作经验的双师型教学人才。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材与资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以店铺顾客服务与管理的业务流程为主线，将店铺顾客服务与管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（2）参考书

《客户服务实务》（第 2 版）李先国，曹献存主编，清华大学出版社

《 客户服务与管理》项目教程（第 2 版)方玲玉,李琳娜，电子工业出版社

《客户服务实务》（第四版）丁雯，李婷 编著，东北财经大学出版社

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国客服务网 http://www.cncs100.com/

微信公众号：沟通技巧、客户服务与管理

六、说明

1、本课程标准由连锁专业专业教学团队、湖南乡村直通农业科技有限公司等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期： 2021 年 4 月 7 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《连锁经营管理实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：连锁经营与管理教研室

联 合 开 发 单 位：长沙市零售商业行业协会

2021 年 4 月

目　录

《连锁经营管理实务》课程标准 161
一、课程性质 161
二、 课程目标 161
（一）总体目标 161
（二）分类目标 161
三、课程内容与要求 163
四、课程考核 166
1. 成绩构成 166
2. 考核内容与考核方式 166
五、实施建议 166
六、说明 168

《连锁经营管理实务》课程标准

课程代码：0104007

课程名称：连锁经营管理实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：30 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：3 学分

适用专业：连锁经营与管理专业

先修课程：《管理学基础》《经济学基础》

后修课程：《推销与谈判》《连锁企业商品采购实务》《连锁企业品类管理实务》《连锁企业促销管理实务》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程为高职连锁经营管理专业的职业核心必修课程，在课程体系中居于领航地位和基础性作用，是其它职业核心课程学习的一个起点。本课程主要阐述：认知连锁经营、连锁经营的主要业态、连锁经营组织管理、连锁经营战略、连锁企业区域扩张与选址评估、连锁经营管理技术、连锁企业营销策略、连锁企业人力资源管理、连锁企业财务管理。通过理论教学和实践活动使学生掌握连锁经营管理的基本原理，理解连锁经营组织体系的特征和要求，熟悉连锁经营主要业态形式和特点，能够分析连锁经营战略与管理技术，同时培养学生严谨求实的学习态度，初步分析和观察连锁经营组织问题的能力，为学生持续的职业生涯发展奠定扎实的基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学使学生能够认知连锁经营企业，了解连锁经营企业的业务特征，具备分辨连锁经营企业业态和业种的能力，以及描述连锁企业基本业务流程的能力，为能够胜任连锁门店管理岗位提供基本的知识结构。

（二）分类目标

1、德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生敬业、务实的职业道德素养，遵循连锁经营规律，做好经营管理工作；

（4）培养学生严谨的工作作风和灵活多样的工作方式，充实岗位技能，培养大国工匠；

2、知识目标

（1）理解和掌握连锁经营的定义与内涵；

（2）了解连锁经营的发展历程；

（3）理解和掌握连锁经营的基本特征；

（4）理解和掌握连锁经营的基本模式；

（5）理解和掌握连锁经营三种基本模式各自的特点；

（6）掌握零售业态的类型；

（7）掌握连锁超级市场、百货商店、便利店、专业店、专卖店的业态特征；

（8）熟悉连锁企业组织结构设计的基本原则；

（9）了解连锁企业总部的基本职能；

（10）了解一般常见连锁企业门店的组织机构；

（11）了解常规连锁企业总部运营管理体系的主要内容；

（12）了解连锁企业门店运营管理体系的主要内容。

3、能力目标

（1）能分析连锁经营的基本内涵；

（2）能分析连锁经营的基本特征；

（3）能界定连锁经营的三种基本模式，并分析各自的优劣势；

（4）能掌握连锁零售业态的构成要素；

（5）能够辨识连锁超级市场，能拟定超级市场开设门店的条件；

（6）能够辨识连锁便利店，能拟定便利店开设门店的条件；

（7）能够辨识连锁百货店，能拟定百货商店开设门店的条件；

（8）能够辨识连锁专业店，能拟定专业店开设门店的条件；

（9）能够辨识连锁专卖店，能拟定专卖店开设门店的条件；

（10）能够完成连锁企业的组织结构设计；

（11）能够设计连锁总部组织结构；

（12）能够设计连锁企业门店的组织结构；

（13）能够设计连锁企业物流配送中心组织结构；

（14）能具备连锁企业战略管理理念，能帮助企业选择合适的经营战略；

（15）能掌握连锁企业运营体系构建的方式；

（16）能具备初步设计常规连锁企业总部运营管理体系的能力；

（17）能具备初步设计连锁企业门店运营管理体系的能力。

4、 职业素养目标

（1）培养学生岗位职业道德，遵纪守法，遵守行业规范；

（2）培养学生企业连锁经营素养，会根据不同经营业态与选址，使用不同的运营策略；

（3）培养学生协调、组织、创新和计划等职业意识；

（4）培养学生团队合作精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	认识连锁经营	(1)连锁经营的实质与基本特征； (2)连锁经营的类型； (3)连锁经营的起源与发展； (4)连锁经营的优势、劣势和风险分析。	4	**教学活动**：组织学生到商贸流通企业参观学习，感悟、认知连锁经营模式和发展现状。 **思政活动**：分享连锁经营发源与发展文件资料。	**教学要求：**了解连锁经营的起源与发展；掌握连锁经营的实质与基本特征；掌握连锁经营的类型与原则；了解中国连锁经营的发展历程、现状和趋势,从而达到对连锁经营模式的认知与理解能力；查阅资料、自主学习的能力； **德育要求：**学生通过经营管理总体认知，树立基本是非观念、法律意识。
2	连锁经营的主要业态	（6）连锁经营的主要业态概述； (2)百货商店	6	**教学活动**：组织学生到连锁经营企业参观学习，感悟、认知连锁经营的主要业态。	**教学要求：**掌握连锁的零售业态特点；了解连锁经营的其它类型业态的特点；能够区分零售业态和业种；能够设定简单的超市、百货商店、专卖店、便利店等业态的设立条件。

		（3）超级市场； （4）便利店； （5）专营店		**思政活动**：分享连锁经营不同业态资料	**德育要求**：学生通过经营管理业态认知，拓展视野，树立科学发展观
3	连锁企业的组织结构	（5）连锁经营组织设立的原则与程序； （6）连锁总部的组织结构设计； （7）连锁门店的组织结构设计； （8）连锁配送中心的组织结构设计。	4	**教学活动**：认知连锁企业的组织结构。 **思政活动**：以真实的的连锁企业的组织结构作为案例，分析和讨论	**教学要求**：理解不同的组织结构对连锁经营产生的作用；能够设计常规连锁企业组织结构；能够根据连锁企业基本情况开展总部组织结构设计；能够根据连锁企业门店业务职责开展门店组织结构设计。 **德育要求**：学生通过了解组织管理的相关内容，使学生愿意为集体奉献、服务，成为有责任的公民
4	连锁企业经营战略	（1)连锁企业运营战略； （2)连锁企业发展战略； （3)连锁企业竞争战略； （4)连锁企业品牌战略。	6	**教学活动**：连锁企业发展的战略讲解。 **思政活动**：案例分析、讨论及观看视频了解连锁企业的经营战略。	**教学要求**：掌握连锁企业经营战略的主要内容；掌握连锁企业发展战略的内容；掌握连锁企业竞争战略的主要内容；能根据连锁企业经营现状确定企业经营战略目标；能根据连锁企业经营情况制定企业发展战略；能根据连锁企业经营现状选择合适的企业竞争战略。 **德育要求**：通过认知经营管理战略的相关内容，培养正确的世界观、价值观和行为选择能力。
5	连锁企业的区域扩张与选址	（5）区域扩张；	8	**教学活动**：连锁企业区域、商圈与选址技巧。	**教学要求**：掌握连锁企业的几种区域扩张战略；掌握连锁商圈分析方法；掌握连锁企业商店选址方法；能开展商圈调查与分析；

	评估	（2）商圈分析； （3）商店选址。		**思政活动**：案例分析、讨论熟悉的连锁企业的扩张与选址策略，培养学生全局观。	能对某企业的门店选址进行科学评估。 **德育要求：**通过了解区域与选址的相关内容，成为严谨、务实的合格劳动者。
6	连锁经营管理技术	(1)商品采购管理技术； (2)配送管理技术； (3)信息管理技术。	6	**教学活动**：连锁企业经营管理技术详解。 **思政活动**：案例分享，提升学生多样化经营管理技术。	**教学要求：**了解最基本的商品知识；了解连锁采企业购流程；掌握连锁企业的采购技术；了解配送管理的含义和内容；了解配送管理的技术；了解管理信息系统的知识；了解 POS、MIS、ECR 等系统。 **德育要求：**通过对连锁经营管理技术学习，具有创新、创业的胆识和具体问题具体分析的思维方式。
7	连锁企业营销策略	(1)连锁企业商品策略； (2)连锁企业价格策略； (3)连锁企业促销策略；	6	**教学活动**：连锁企业营销策略详解。 **思政活动**：案例分享，提升营销策略搭配能力。	**教学要求：**了解连锁企业的商品分类；了解连锁企业的商品组合策略；了解连锁企业的定价因素；了解连锁企业的定价方法、了解连锁企业的定价策略；了解连锁企业的促销组合策略；了解连锁企业的促销手段；具备连锁企业的营销组合策略的运营能力；具备确定连锁企业商品组合的能力；具备确定连锁企业商品价格能力；具备运用连锁企业促销组合策略的能力。 **德育要求：**通过掌握相关营销策略，使学生成为有文化、有理想、有头脑的建设者。
8	连锁企业人力资源管理	（1）连锁企业人资管理概述；		**教学活动**：连锁企业人力资源环节掌握。	**教学要求：**掌握人力资源对连锁企业的重要性；掌握人力资源管理的主要内容；具备人资管理的基本意识；人资管理的基本方

		（2)连锁企业人资管理的主要内容； （3)连锁企业人员的招聘、选拔、培训和考核； （4)连锁企业人员的激励。	4	**思政活动**：案例分析、讨论，理解人才对于连锁企业的重要性，及提高情商，提升管理品质。	法；具备人资管理的基本能力。 **德育要求**：通过人力资源管理系统学习，培养学生爱岗敬业、以德服人的职业素养。
9	连锁企业财务管理	（1）连锁企业财务管理概述； （2)连锁企业财务管理的主要内容； （3)连锁企业财务经营分析； （4)连锁企业资产管理的风险防范。	4	**教学活动**：连锁企业财务管理与风险控制。 **思政活动**：案例分析、讨论、习题连锁企业财务管理的重点和财务分析的方法，提升数字敏感度，具有理性思维。	**教学要求**：掌握连锁企业财务管理对连锁企业的重要性；掌握连锁企业财务管理的基本内容；掌握连锁企业风险防范的知识和技能；具备资金管理、财务核算的意识和能力；具备风险防范意识和能力。 **德育要求**：通过财务管理系统学习，优化学生理性、沉着、冷静、耐心的品质。

四、课程考核

1．成绩构成

（1）平时过程成绩占 30%。

（4） 期末考试成绩占 70%。

2.考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:包括课堂出勤（占 20%)、发言讨论（占 20%)、作业完成（占 40%）和德育素养（占 20%）五个部分，评价标准以超星平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

本课程建议学时 48 学时，建议第一学期开设，教学学时分配建议如下表 2

所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认识连锁经营	2	2	4
2	连锁经营的主要业态	4	2	6
3	连锁企业的组织结构	2	2	4
4	连锁经营战略	4	2	6
5	连锁企业的区域扩张与选址评估	6	2	8
6	连锁经营管理技术	4	2	6
7	连锁企业营销策略	4	2	6
8	连锁企业人力资源管理	2	2	4
9	连锁企业财务管理	2	2	4
10	学时总计	30	18	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用项目教学法、任务驱动法、情景教学法、角色扮演法、头脑风暴法等教学方法，激发学生思维，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。

（2）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化

本课程将全班同学分成工作小组，每小组 6-7 人，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

（4）教学任务驱动化

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行，学生在教师的引导下开展探究性学习，通过参与任务解决的过程，实现学生主动学习，学与做相结合。

（5）教学环境情景化

在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及调研工作的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。

（6）团队成员角色化

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

（7）主讲教师要求

任课教师应具有扎实的经营与管理理论功底和一定的实践经验并对新媒体有较强的操作能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以连锁经营管理九大模块为主线，将认知连锁经营、连锁经营的主要业态、连锁经营组织管理、连锁经营战略、连锁企业区域扩张与选址评估、连锁经营管理技术、连锁企业营销策略、连锁企业人力资源管理、连锁企业财务管理各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的二十一世纪高职高专规划教材。

推荐使用教材：

《连锁经营管理理论与实务》（第四版），窦志铭，中国人民大学出版社。

（2）参考书

浙江大学出版社《连锁经营管理》，东北财经大学出版社《连锁经营管理》，机械工业出版社《连锁经营管理原理与实务》；同事配合多种案例视频、文字材料进行教学。

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国连锁网 http://www.dv37.com/

联商网 http://www.linkshop.com.cn/

微信公众号：联商网资讯、超市周刊、连锁行业人才发展、生鲜传奇、灵兽等。

五、说明

1、本课程标准由连锁经营管理专业教学团队、长沙市零售商业行业协会（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

2021.4.10 日修订

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《连锁企业促销管理实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：连锁经营与管理教研室

联 合 开 发 单 位：湖南省唐羽茶业有限公司

2021 年 4 月

目　录

《连锁企业促销管理实务》课程标准 172
一、课程性质 172
二、课程目标 172
（一）总体目标 172
（二）具体目标 172
三、课程内容与要求 173
四、课程考核 175
1．成绩构成 175
2．考核内容与考核方式 175
五、实施建议 175
1．各教学模块学时建议 175
2．教学建议 176
3．教材及参考资料建议 177
4．校外实践教学条件利用（或开发）建议 177
六、说明 177

《连锁企业促销管理实务》课程标准

课程代码：

课程名称：连锁企业促销管理实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：40 学时　　理论学时：28 学时　　实践学时：12 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：连锁经营管理专业

先修课程：《市场营销实务》《推销与谈判》《连锁企业品类管理实务》《连锁企业门店营运与管理实务》《顾客体验与服务》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是连锁经营管理专业的核心课程，是一门研究连锁企业促销整体活动及其发展规律的学科，它是一门融合了市场营销学和促销学的原理、思想和方法的新型交叉性的边缘学科。

本课程是构成本专业基本能力——连锁企业门店运营技能的重要组成部分，主要以“专业要求和岗位技能相对接、课程内容与职业标准相对接”为核心开展教学，直接对应技能抽查标准的《门店营销管理模块》——《促销计划执行》项目以及毕业设计选题方向之一。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本门课程的学习和训练：培养学生在促销过程中热情、真诚、友善的职业素养；强化诚实守信的法律意识、费用控制的成本意识与意外防范的安全意识。提升学生的促销专业技能：了解连锁企业促销的特殊性所在，特别是要了解我国主要连锁企业促销的特点与作用，了解我国连锁企业促销环节中的前沿和热点问题，掌握企业促销时应注意的问题，能够针对不同的人采取不同的促销方式，能够制订切实可行的促销策划方案，使学生能够在促销实施的过程中，掌握不同的促销方式的优缺点和操作要点，并能够对我国连锁企业现有的促销问题给予科学分析和研究，在提高学生分析问题和解决问题能力的同时，锻炼学生的语言组织能力和写作能力，以及与人沟通协作的能力，为学生顺利通过技能抽查、开展毕业设计和即将就业打下良好的基础。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生在促销过程中热情、真诚、友善的美德；

（2）培养学生设计促销方式时诚实守信的美德；

（3）培养学生制定促销计划执行方案中进行费用预算时的节约美德。

2. 知识目标

（1）掌握连锁企业促销的基本含义，并将促销与营销区别开来；

（2）清楚促销的对象；

（3）掌握连锁企业促销的作用；

（4）掌握连锁企业在促销时应注意的问题；

（5）掌握促销策划方案的具体内容与写作技巧；

（6）掌握不同的促销方式的优缺点；

（7）掌握不同促销方式的操作要点；

（8）掌握不同促销方式的运用环境；

（9）掌握根据促销背景、促销目的选择促销工具的方法。

3. 能力目标

（1）能够根据促销的目的设计促销主题；

（2)能够根据给定的背景制定切实可行的促销策划方案，并确保促销效果；

（3）能够对不同的人采取不同的促销方式；

（4）能够根据总部的促销计划选择合适的促销主题、促销商品与促销对象

（5）能够根据不同促销环境、、促销目标灵活选择不同的促销方式或促销方式组合，确保促销效果；

（6）能够根据促销目标、促销商品与促销对象，结合促销方式选择合适的促销媒介；

（7）能够策划、实际操作与掌控具体促销方式的运作过程；

（8）能够对不同行业的连锁企业进行促销应用分析；

（9）能够独立制定促销策划方案，并在执行过程中不断完善，保证促销目标的实现。

4. 素质目标

（1）培养学生在促销过程中热情、真诚、友善的职业素养；

（2）培养学生在促销过程中良好的洞察、沟通、交流以及处理人际关系的能力；

（3）培养学生在折价促销、有奖促销与赠品促销等促销方式的采用过程中诚实守信的法律意识；

（4）培养学生制订与执行促销计划过程中费用控制的成本意识；

（5）培养学生制订与执行促销计划过程中意外防范事项的安全意识。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	认识促销	①认识促销；②对不同的人采取不同的促销方式；	2	**教学活动：** ①通过相关任务导入，让学生认知促销；②通过案例，引导学生加深对不同的人采取不同促销方式的理解； ③通过理论讲授，使学生掌握如何制订和撰写促销文案 。 **思政活动：** 以三八妇节为主题设计促销方案	**教学要求：**了解并掌握促销的概念、特点、作用；掌握企业促销应注意的问题；了解并掌握促销要解决的基本问题及促销目标的建立，促销工具的种类以及促销方案的具体内容。能对不同的人采取的不同促销方式；能够根据促销目的设计促销主题与促销方案；能够进行促销活动的可行性分析，能进行促销活动策划书的撰写；能对促销策划方案进行具体分析与评价。 **德育要求：**培养学生在促方案设计时的审美情操。
		③制订促销方案；	2		
		④撰写促销文案。	2		
2	实施促销	①样品赠送与包装促销；	2	**教学活动：** ①通过讲授不同促销方式的优缺点与操作要点，提高学生对促销商品的选择、促销对象的选择以及促销方式的选择能力； ②通过案例分析、讨论 与作业汇报形式提高学生对不同促销方式的灵活运用能力。 **思政活动：** 多主题、多促销方式设计促销方案	**教学要求：**在掌握连锁经营特点的基础上，了解不同促销方式的含义、特点；掌握各种促销方式的优缺点；掌握各种促销方式的实施要点；注意不同促销方式的运用环境；在掌握不同促销方式操作要点的基础上，能够根据给定的背景选择不同的促销方式；能够实际操作掌控具体促销方式的运作过程；善于对促销活动进行总结，从而不断完善促销方案。 **德育要求：**培养学生在促销过程中热情、真诚、友善的美德；在设计促销方式时诚实守信的美德；在制定促销计划执行方案中进行费用预算时的节约美德。
		②特价促销与折价券促销；	2		
		③竞赛与抽奖促销；	2		
		④有奖积分促销会员卡促销；	2		
		⑤DM 与广告单促销；	2		
		⑥pop 促销；			
		⑦以旧换新与联合促销；	2		
		⑧商品陈列促销	2		
		⑨节假日主题促销；	2		
		⑩网络促销；	2		
		⑪文化促销；	2		
		⑫现场演示	2		

		促销与付费赠送；			
		⑬公益促销；	2		
		⑭电话促销；	2		
		⑮微信促销。	2		
3	促销应用分析	①连锁零售业促销与分析；	2	**教学活动：** ①分析具体的促销环境 ②评价具体促销方案 ③制定不同行业的连锁企业促销计划执行方案 **思政活动：** 案例分析——“什么才是正确的评估方法”	**教学要求：**认识促销环境对促销实施的重要性；认识企业营销目标、营销文化对促销实施的重要性；掌握根据促销背景、促销目的选择促销工具的方法；掌握不同促销工具应用的执行策略；能够根据促销环境、促销目标灵活选择促销方式或促销方式组合;能够评价促销方案，保证促销效果；能够对不同连锁企业制订促销计划执行方案。 **德育要求：**培养学生进行促销效果评估时的成本与效率意识。
		②连锁服务业促销与分析。	2		

四、课程考核

1．成绩构成

（1）平时过程成绩占 50%。

（5） 期末考试成绩占 50%。

2.考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:包括课堂出勤（占 20%)、发言讨论（占 20%)、作业完成（占 40%）和德育素养（占 20%）五个部分，评价标准以超星、学银在线等平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1．各教学模块学时建议

本课程建议学时 40 学时，建议第 4 学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
一、认识促销（分 3 个任务）		**4**	**2**	**6**
1	连锁企业促销概述及对不同人采取的不同促销方式	2		2
2	制定促销方案	1	1	2
3	促销文案的撰写	1	1	2
二、促销实施（分 15 个任务）		**22**	**8**	**30**
4	样品赠送与包装促销	1	1	2
5	特价促销与折价优惠促销	2		2
6	竞赛与抽奖促销	1	1	2
7	有奖积分与会员卡促销	1	1	2
8	DM 促销与广告单促销	1	1	2
9	POP 促销	1	1	2
10	以旧换新与联合促销	1	1	2
11	商品陈列促销	2		2
12	节假日主题促销	2		2
13	网络促销	1	1	2
14	文化促销	2		2
15	现场演示与付费赠送	2		2
16	公益促销	2		2
17	电话促销	1	1	2
18	微信促销	2		2
三、促销应用（分两个任务）		**2**	**2**	**4**
19	连锁零售业促销分析及促销执行方案	1	1	2
20	连锁服务业促销分析及促销执行方案	1	1	2
学时总计		**28**	**12**	**40**

2．教学建议

（1）教师的基本要求

①大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

②具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

③具备连锁经营管理与连锁企业促销的专业知识。

④有丰富的连锁企业挂职学习或工作经验。

⑤具有良好的职业道德和责任心。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3．教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养职业素养、知识结构与专业能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以不同的促销方式的优缺点、实施要点、不同促销方式的选择与组合、促销方案的撰写与评价将连锁企业促销技巧各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的高职高专规划教材。

推荐使用教材：

连锁企业促销技巧（第 3 版）电子工业出版社，2019 年 5 月，张启杰主编；

（2）参考书

①《连锁企业促销技巧》，北京大学出版社，2016.8 第一版，李英，杨晓凌主编。

②《连锁企业促销策划》　　电子工业出版社，2012，李建、洪秀华 编著；

③《促销策划》　　中国经济出版社　2003，凌宁编；

④《促销实战手册》　　中国纺织出版社　2003，　张自利编；

⑤《连锁门店促销技巧》　大连理工大学出版社，2012，赵敬明主编。

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

4．校外实践教学条件利用（或开发）建议

人人乐、好润佳、通程、新佳宜等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1．本课程标准由连锁经营管理《连锁企业促销技巧》专业教学团队与湖南省唐羽茶业有限公司兼职教师合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔：陈腾霞

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．审定：

2021.3.20

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《连锁企业门店营运与管理实务》
课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：连锁经营与管理教研室

联 合 开 发 单 位：长沙市零售商业行业协会

2021 年 4 月

目　录

《连锁企业门店营运与管理实务》课程标准 182
一、课程性质 182
二、课程目标 182
（一）总体目标 182
（二）具体目标 182
三、课程内容与要求 184
四、课程考核 187
1、平时过程成绩（30%） 187
2、期末考试成绩（70%） 188
五、实施建议 188
1、学时建议 188
2、教学建议 188
3、教材及参考资料建议 189
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议 189
五、说明 190

《连锁企业门店营运与管理实务》课程标准

课程代码：0105026

课程名称：连锁企业门店营运与管理实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：30 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：3 学分

适用专业：连锁经营管理专业

先修课程：《连锁经营管理实务》《市场营销实务》

后修课程：《零售数据分析与运用》《连锁企业促销管理实务》《顾客体验与服务》《连锁门店开发与设计》《连锁企业人力资源管理》《采购与供应链管理》《数字营销基础》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本课程是连锁经营管理专业开设的一门专业核心课程，是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论之上的应用科学，其研究对象是以满足消费者需求为中心的连锁门店营运与管理活动过程及其规律性。通过该课程的学习，使学生熟悉连锁企业门店各岗位的作业规范和岗位技能、素质要求，培养学生人、货、场的管理能力。该课程主要对应技能抽查标准《门店商品管理》模块和《团队管理》模块，让学生在学习后能较快适应连锁企业门店经营管理工作的内容和流程，提高自身的管理素质，培养和提高学生的理论素质和实践技能。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的学习能较快适应连锁企业门店经营管理工作的内容和流程，提高学生的管理素质和管理能力，并通过该门课程的实训环节，提高学生门店运营与管理的实操能力，为培养店长、部门主管打下坚实的专业基础。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化

底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生敬业、理性、服务他人和与人为善的门店营运岗位职业道德素养，能尊重和服务每一位顾客，遵守行业自律准则；

（5）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，在连锁门店中真实地开展工作；

（6）培养学生客观严谨的工作作风和正确的工作态度，理性、正确对待门店营运中的各种数据；

（7）培养学生敏锐的观察力、准确的判断力、灵活的应变力和良好的抗压力，能准确分析连锁门店营运过程中出现的各种问题，作出恰当的处理。

2．知识目标

（1）系统地掌握从事连锁企业门店营运与管理的基本理论和方法；

（2）了解和掌握连锁企业门店营运管理的各个岗位职责、营运流程、作业标准等知识；

（3）掌握卖场布局和商品陈列的基本原理和方法；

（4）掌握门店员工管理的内容和方法；

（5）掌握顾客开发、维护、投诉处理的程序和方法；

（6）掌握门店商品结构确定和商品组合、商品选择的原理和方法 ；

（7）掌握商品的进货、存货业务管理流程和内容；

（8）掌握门店销售管理的技术和方法；

（9）掌握门店销售绩效提升策略；

（10）了解门店损耗产生的原因，损耗控制的办法。

3．能力目标

（1）能绘制商品陈列图并根据陈列图进行商品陈列；

（2）能制作员工排班表；

（3）能主持门店或部门例会；

（4）能准确填写门店商品订货单、收货单、入库单、出库单、调拨单；

（5）能进行商品盘点、填写盘点表和做盘点分析；

（6）能建立顾客档案、对顾客进行会员制管理；

（7）能做好顾客投诉原因分析和妥善处理；

（8）能根据商圈内顾客需求确定门店商品结构、商品组合和选择商品；

（9）能科学确定门店商品的价格带；

（10）能制作门店销售、损益等报表并作科学分析；

（11）能分析门店损耗产生的原因、采取控制损耗的措施；

（12）重点具备店长或部门主管这一岗位的门店营运与管理技能，包括人、货、场的管理。

4．职业素养目标

（1）培养学生岗位职业道德，遵守零售行业规范与自律条例；

（2）培养学生顾客服务素养，重视零售数据的变动和消费者需求的变化；

（3）培养学生成本、沟通、协调、创新等职业意识；

（4）培养学生团队合作精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时占比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	连锁门店营运与管理概述	（1）连锁门店的类型、特点和功能； （2）连锁门店营运管理的目标、作用和内容； （3）连锁门店营运管理标准制定和标准化。	2	**教学活动：**通过视频、图片让学生了解连锁企业，感悟、认知门店营运。 **思政活动：**分享资料“国内购物中心实施星际标准”	**教学要求：**掌握门店营运基础知识，在后续学习中进一步理解营运的目标、标准和控制管理。 **德育要求：**标准化管理应该坚持理性、客观、实证的精神，注重提高诚信经营的道德修养。
2	连锁门店的组织结构、人员配置和经营绩效管理	（1）连锁门店的组织结构及责权划分； （2）连锁门店的岗位设置与人员配置；	2	**教学活动：**案例分析、讨论及去门店实地调查，了解门店员工配置的方法和岗位的设置与要求；并对绩效指标进行分析。 **思政活动：**讨论沃尔玛的管理人才和基层员工培训	**教学要求：**掌握门店员工配置的计算方法、岗位设置和岗位要求；掌握门店经营绩效的评估指标。 **德育要求：**学生根据各种经营绩效数据来判断门店绩效的优劣，培养学生认真敬业的工作作风。
		（3）连锁门店的经营绩效管理。	2		
3	连锁门店店长的作业化管理	（1）店长的资质要求和岗位职责；	2	**教学活动：**案例分析、讨论店长对门店的重要性，并学会进行店长职业生涯设计。 **思政活动：**店长职业生涯规划的讨论	**教学要求：**能够具备员工管理的基本素养和技能；能够根据班组人员数量、特征和休假要求等因素制作排班表；能够具备主持召开例会的能力。 **德育要求：**了解店长应该具备的责任担当，培养学生的大局意识和抗
		（2）店长作业流程和管理重点。	2		

					压能力。
4	连锁门店卖场的布局和管理	（1）卖场布局的原则和作用； （2）卖场外部布局； （3）卖场内部布局。	2 2 2	**教学活动：**案例分析、讨论和去门店实地考察，了解门店布局的基本原理、原则和方法。 **思政活动：**材料“基于消费者购买心理的大型超市卖场布局和商品陈列研究”	**教学要求：**掌握顾客动线设计、货位面积分配和布局方法。 **德育要求：**了解连锁企业门店布局规律，培养学生实事求是的职业道德。
5	连锁门店商品陈列管理	（1）卖场内的商品配置； （2）一般商品陈列的原则和方法； （3）生鲜品陈列技巧。	2 2 2	**教学活动：**视频分析、讨论和实地考察门店，了解不同业态的商品陈列特点，写考察报告。 **思政活动：**讨论我们身边熟悉的超市中商品陈列的表现技巧	**教学要求：**掌握陈列的原则、方法和技巧，能够根据门店的货位设计和商品配置表陈列商品。 **德育要求：**学生认识到陈列技巧对门店营运的影响，端正工作态度对职业发展的影响，培养认真敬业的工作作风。
6	连锁门店理货作业管理	（1）理货员的基本素质和岗位职责； （2）理货员的作业规范和作业要领； （3）理货员应具备商品和设备保养知识。	2	**教学活动：**视频分析、讨论和实地考察：熟悉理货员的作业规范和作业要领。 **思政活动：**材料“从理货员一天的工作流程看员工管理”	**教学要求：**明确理货员的基本素质和岗位职责要求，掌握理货员的作业规范和作业要领。 **德育要求：**从分享中培养学生的基本素质和岗位职责

7	连锁门店进存货和盘点管理	（1）连锁门店进货作业管理； （2）连锁门店存货作业管理； （3）连锁门店盘点作业管理。	2 2 2	**教学活动：**案例分析和实践训练，填写订货单、收货单、退货单、调拨单、盘点表等。 **思政活动：**材料“商品库存管理、调整12招”	**教学要求：**掌握门店商品的进存货业务流程，会填写业务流程中的各种单据。 **德育要求：**通过了解和收集不同类别商品的报损单，培养学生实事求是的工作态度和严谨的工作作风。
8	连锁门店收银作业管理	（1）收银员工作职责和礼仪服务规范； （2）收银员作业纪律和作业流程； （3）POS 收银机及收银作业重点管理。	2 2	**教学活动：**视频分析、讨论和实地考察：了解收银员的工作职责、作业纪律和收银作业流程。 **思政活动：**讨论材料“收银台的秘密”	**教学要求：**掌握 POS 收银机的操作规程及收银重点作业环节的工作内容及要点。 **德育要求：**通过案例分析，让学生具备认真、诚信的工作理念，遵守职业道德。
9	连锁门店销售作业管理	（1）顾客购买的心理过程和行为过程； （2）销售人员接待顾客流程和服务规范； （3）服务台作业管理。	2 2	**教学活动：**案例分析、讨论：分析顾客心理，了解销售人员的服务规范和接待顾客流程。 **思政活动：**“销售着，快乐着”讨论	**教学要求：**掌握门店销售管理的基本内容，理解营销 4P 在连锁企业当中的运用，具备提高门店销售管理的能力。 **德育要求：**从销售的流程中培养学生准确的判断力和灵活的应变能力。
10	连锁门店促销活动和	（1）连锁门店的促销作用和方式； （2）POP 广告促销；	2	**教学活动：**案例分析、讨论：了解连锁企业门店促销方	**教学要求：**掌握 POP 广告促销，能进行连锁门店促销方案的设计与实

	门店专柜管理	（3）连锁门店促销方案设计及实施； （4）连锁门店专柜管理。	2	式。 **思政活动：**分享“消费者的现场感受”	施。 **德育要求：**通过促销活动让学生养成勤奋努力的优秀品质和求真务实的职业道德。
11	连锁门店顾客投诉和顾客关系管理	（1）顾客投诉意见的主要类型及处理方式； （2）顾客投诉意见的处理程序；	2	**教学活动：**案例分析和实践训练：撰写顾客投诉处理方案。 **思政活动：**材料“大型商场超市消费者维权”	**教学要求：**树立正确的顾客服务意识；掌握开发和维护顾客的技巧、顾客投诉处理的程序和方法、能将顾客管理的相关理论运用到实践当中去。 **德育要求：**理解行业规律，培养学生应变能力和抗压能力。
		（3）建立顾客关系管理制度。	2		
12	连锁门店防损和安全管理	（1）连锁门店损耗产生及控制； （2）连锁门店安全管理。	2	**教学活动：**案例分析和讨论，了解损耗产生的原因和控制的办法。 **思政活动：**分享“看英国超市如何防损”	**教学要求：**树立防损意识，理解控制损耗就是增加利润，能够通过数据分析发现门店商品损耗，并分析损耗原因，进而改进门店营运管理水平。 **德育要求：**培养学生在防损和安全管理过程中，应当具备的敬业精神和社会责任感。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

1、平时过程成绩（30%）

（1）课堂表现（10%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（20%）

其中：门店布局与陈列考察报告（20%），排班表（20%），会议主持（20%），顾客投诉处理方案（20%），数据分析报告（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩（70%）

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：门店营运知识、原理、方法占 60%，门店营运案例分析占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第 3 学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务项目	理论学时	实践学时	合计
1	连锁门店营运与管理概述	2		2
2	连锁门店的组织结构、人员配置和经营绩效管理	2	2	4
3	连锁门店店长的作业化管理	2	2	4
4	连锁门店卖场的布局与管理	4	2	6
5	连锁门店商品陈列管理	4	2	6
6	连锁门店理货作业管理	2		2
7	连锁门店进存货和盘点管理	4	2	6
8	连锁门店收银作业管理	2	2	4
9	连锁门店销售作业管理	2	2	4
10	连锁门店促销活动和门店专柜管理	2	2	4
11	连锁门店顾客投诉和顾客关系管理	2	2	4
12	连锁门店防损和安全管理	2		2
学时总计		30	18	48

2、教学建议

（1）师资要求：具备门店营运管理相关专业知识、具有门店营运管理工作经验或有企业挂职锻炼经验的双师型教学人才。

（2）教学方法多样化：采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化：利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（4）教学组织团队化：将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律,实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动,培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标,将理论与实践一体化教学落到实处，以供应链管理流程为主线，将供应链管理实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。连锁企业门店营运与管理实务是一门专业核心课程，适合高职使用的教材比较多。选用由王亿南、杨高英主编的《连锁门店运营管理》作为教材，比较好地解决了教材问题。

首先，该教材编写水平高，是全国高职高专教育精品规划教材。教材内容以理论知识和技能实训相融合为切入点，以认知和能力训练为核心，以构建知识体系和能力训练体系为主线，以体现时代性、立体性和动态性为要求、达到以学生为主体、有所创新、有所特色、适应高职教学的开发目标。力求符合高等职业教育的特点和要求，明确知识教学体系和能力教学训练体系。重构基础、反映前沿、突出重点，全教材具有可读性、趣味性、实践性、层次性。

其次，教材强化了案例教学和实训环节，突出以学生为本、能力为先的观念，通过大量的能力训练，使学生实践和接触专业的机会提高，大大增强了动手能力和分析问题解决问题的能力，符合当今高职教育的要求和发展趋势。

（2）参考书

蒋小龙:《连锁企业门店营运与管理》，北京，科学出版社，2016 年出版

郑昕:《连锁门店运营管理》，北京，机械工业出版社，2019 年出版

李志波:《连锁企业门店运营与管理(21 世纪高职高专规划教材)/市场营销系列》,北京，北京交通大学出版社，2018 年版

陆影《连锁门店营运与管理实务(高职高专创新)》，东北财经大学出版社，2017 年版

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/；

联商网 http://www.linkshop.com.cn/；

中国连锁经营协会：http://www.ccfa.org.cn/index.jsp；

超商网：http://www.ccsm.com.cn/。

（4）微信公众号

超市 168；第三只眼看零售；生鲜传奇；胖东来；门店营运培训。

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

连锁企业门店营运沙盘可用于模拟连锁企业门店经营活动实践操作，帮助学生了解门店营运活动过程。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

人人乐连锁商业集团股份有限公司、步步高集团、湖南新佳宜等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

五、说明

1、本课程标准由连锁经营管理专业教学团队、长沙市零售商业行业协会（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

制订日期： 2021.4.10

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科

《连锁企业品类管理实务》

课程标准

（2021 年版）

制订部门（教研室）：锁经营与管理教研室

联 合 开 发 单 位：长沙市零售商业行业协会

2021 年 4 月

目　录

《连锁企业品类管理实务》课程标准.....194
一、课程性质 194
二、课程目标 194
（一）总体目标.....194
（二）具体目标.....195
三、课程内容与要求 196
四、课程考核 199
1．成绩构成 199
2.　考核内容与考核方式 199
五、实施建议 199
1．各教学模块学时建议 199
2.　教学建议 200
3.　教材及参考资料建议 201
六、说明.....201

《连锁企业品类管理实务》课程标准

课程代码：104214

课程名称：连锁企业品类管理实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：24 学时　　实践学时：24 学时

学　　分：3 学分

适用专业：连锁经营管理专业

先修课程：《连锁经营管理实务》

后修课程：《零售数据分析与应用》《连锁企业促销管理实务》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《连锁企业品类管理实务》是连锁经营管理专业的一门核心课程，是一门应用性、综合性非常强的课程。本课程主要以“专业要求和岗位技能相对接、课程内容与职业标准相对接”为核心开展教学，直接对应本专业行业认可度较高的资格证——CCFA 注册品类管理师（助理级）考证知识与能力要求，在内容设计上以连锁企业实施品类管理的八大步骤为主线，结合高职教学改革的基本要求，深入连锁企业卖场真实场景，科学设计五大模块的学习内容，重点培养学生品类定义的能力、品类角色定位能力、品类评估能力、制定品类目标和选择品类策略的能力，同时能够熟练掌握品类管理的五大战术，从而促进品类管理在连锁企业内部的具体实施。

二、课程目标

（一）总体目标

《连锁企业品类管理实务》主要讲授连锁企业品类管理所必需的品类定义、品类角色、品类评估、品类策略、品类战术等基本知识，培养掌握品类管理基本技能的初级管理人员，为学生获得本行业认可度较高的专业资格证技能证书——CCFA 注册品类管理师（助理级）提供保障。使学生了解和掌握连锁品类管理的应用技能，培养连锁经营管理专业学生在连锁企业品类管理过程中面临各种问题时理论联系实际、分析、解决问题的能力和自主创业能力，树立品类管理成本与效益意识、创新与优化意识，为今后从事零售业较高层次管理工作奠定可持续发展的基础。

（二）具体目标

1．德育目标

（1）培养学生新零售背景下品类管理过程中与时俱进、开拓创新精神；

（2）培养学生品类评估、品类目标制订时实事求是的精神；

（3）培养学生在品类策略确定时的大局意识；

（4）培养学生在品类战术制定时的成本意识，发扬为企业节约的美德；

（5）培养学生在品类战术制定过程中与供应商良好的合作意识与契约精神；

（6）培养学生在高效的商品定价与高效的商品促销时诚实守信的美德。

2.知识目标

（1）了解品类管理产生的历史背景；

（2）掌握品类管理的概念与流程；

（3）理解品类管理对零售业的意义；

（4）熟悉品类管理师的工作内容及要求；

（5）理解品类定义的概念及其影响因素；

（6）熟悉品类定义、商品结构之间的关系；

（7）熟悉单品数量确定的影响因素；

（8）熟悉商品价格带定位方法、商品的规格型号定位方法以及商品的品牌倾向及组合方法；

（9）理解品类角色的概念、品类角色定位的意义，掌握品类角色定位的方法；

（10）熟悉商品销售、商品利润、商品库存、品类发展趋势、市场和竞争对手以及供应商方面的评估指标；

（12）掌握品类目标制定及分解的相关知识，熟悉品类角色及品类评估对品类目标的影响；

（13）掌握品类策略的概念，熟悉常见的品类策略以及品类策略与品类角色、品类评分表、门店策略的关系。

（14）熟悉零售 4P 常见的变化手法，并掌握常见策略向战术转化的分析思路；

（15）熟悉常见的商品结构的分析方法以及商品淘汰及引进的标准；

（16）了解商品空间管理的定义，熟悉常见的门店布局方式，掌握商品陈列的原则和方法以及门店布局管理操作步骤；

（17）熟悉常见的价格策略、定价方法以及影响价格的主要因素，了解价格形象打造的

思路；

（18）了解促销的目的和意义，熟悉常见的促销方式及其影响因素，掌握商品促销的流程；

（19）了解供应链、供应链管理的概念，熟悉需求预测的基本知识和步骤以及合理补货的影响因素和步骤；

（20）熟悉品类管理回顾的概念，了解品类管理回顾的目的以及品类管理回顾的分类。

3.能力目标

（12）能够正确掌握品类的品类定义，包括撰写品类描述、建立品类结构图；

（13）能够对分管品类的角色界定提出建议，运用定量和定性方法进行分析；

（14）能够对分管品类的评估指标筛选，建立简单的评估指标相互关联关系、计算口径、评估方法，确定周期目标，进行定期评估，提出评估优化方向；

（15）能够进行分管品类的现状分析，寻找与目标的差距，提出改善差距的策略；

（16）能够进行分管品类的战术制定，优化商品组合；

（17）能够进行空间效率分析，对商场品类的空间布局规划提出优化建议；

（18）能够对所分管品类提出价格优化建议；

（19）能够提出品类促销策略，制定简单的促销方案，分析执行结果；

（20）能够进行简单的补货计算，并对补货策略提出改进建议；

（21）能够进行分管品类管理计划的实施与周期性评估，提出优化建议。能够参加企业内部定期的评估会议，提出报告；

（22）能够定期对分管品类市场进行信息收集、分析、整理；有机会参与品类舰长、供应商定期品类回顾会议。

4.素质目标

（1）具有高素质连锁企业服务人员和管理人员的文化修养与职业素质、良好的职业道德和社会责任心；

（2）具有良好的零供（零售商与供应商）合作意识；

（3）在品类管理过程中，具有强烈的成本与效益意识，品类管理创新与优化意识；

（4）具有不断进取、勇于创新的职业精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	课程导入：品类管理认知	（1）品类管理的历程 （2）品类管理的概念 （3）品类管理对零售业的意义 （4）注册品类管理师工作内容	2	**教学活动：** （1）通过相关案例引导，让学生了解品类管理的历史； （2）通过理论讲授，使学生掌握品类管理的概念与流程，理解品类管理对零售业的意义，并熟悉品类管理师的工作内容及要求； （3）通过讨论：理解品类管理商店与品类管理商店的区别。 **思政活动：** 探讨沃尔玛与宝洁公司的合作的启示	**教学要求：**树立品类管理意识；关注品类管理发展。 **德育要求：**培养学生新零售背景下与时俱进、开拓创新、合作共赢的精神。
2	模块一：品类定义与品类角色	（4）商品组织结构表的制定	4	**教学活动：** （1）通过任务导入，使学生理解品类定义的概念及其影响因素； （2）通过理论讲授与案例分析，使学生理解品类定义的影响因素，熟悉品类定义、商品结构之间的关系，并掌握从客层定位到需求结构的分析方法；.熟悉单品数量确定的影响因素、商品价格带定位方法、商品的规格型号定位方法以及商品的品牌倾向及组合方法； （3）通过理论讲授，使学生理解品类角色的概念；并熟悉品类角色定位的意义，掌握品类角色定位的方法。 **思政活动：** 讨论商品组织结构表与品类角色定位时零售商与供应商合作的重要性	**教学要求：**能够进行商品组织结构表的制定与商品的多级分类编码；能够对某门店的小分类单品进行配置；能够进行品类角色定位分析。 **德育要求：**培养学生新零售背景下零供合作共赢的精神。
		（2）商品组合的单品配置	4		
		（3）品类角色定位	4		
3	模块二：品类评估与品类评分表	（1）品类评估	4	**教学活动：** （1）通过任务导入，使学生了解品类评估的含义； （2）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉商品销售方面的评估指标； （3）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉商品利润方面的评估指标； （4）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉商品库存方面的评估指标；	**教学要求：**能够进行零售商总体表现评估；能够进行零售商可比门店表现评估；能够进行粗线条的零售商单店表现评估；能够进行简单的品类发展趋势评估；能够进行简单的市场和竞争对手表现评估；能够进行简单的供应商表

		（2）品类目标制定	4	（5）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉品类发展趋势的评估指标； （6）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉市场和竞争对手的评估指标； （7）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉供应商的评估指标； （8）通过理论讲授与案例分析，使学生熟悉常见的品类评分指标，掌握品类目标制定及分解的相关知识；熟悉品类角色及品类评估对品类目标的影响。 （9）通过案例分析与实践训练掌握品类目标的制定。 **思政活动：** 美国城郊结合部一家超级市场中的常规性品类之一（糖果）案例分析	现评估；能够罗列出比较详细的品类评分指标体系；能够根据品类角色及品类评估选择合适的品类指标；能够为常见的品类指标制定比较详细量化的目标。 **德育要求：**培养学生品类评估、品类目标制订时实事求是的精神。
4	模块三：品类策略	（1）品类策略的确定	4	**教学活动：** （1）通过任务导入使学生掌握品类策略的概念； （2）通过理论讲授与具体案例使学生熟悉常见的品类策略； （3）通过理论讲授、讨论分析与实践操作，使学生熟悉品类策略与品类角色、品类评分表、门店策略的关系。 **思政活动：** 案例分析：运营偏重直通车	**教学要求：**能够根据品类角色与目标选择合适的品类策略；能够为次品类进一步分解合适的品类策略；能够合理处理商店、品类、次品类不同层次策略之间的关系；能够根据品类角色和目标需选择合适的品类策略。 **德育要求：**培养学生新零售背景下与时俱进、开拓创新的精神与大局意识。
		（2）策略向战术的转化	2		
5	模块四：品类战术制定	（1）高效的商品组合	4	**教学活动：** （1）通过任务导入,使学生熟悉高效的商品组合、高效的空间管理、高效的商品定价、高效的商品促销以及高效的供应链管理的含义； （2）通过理论讲授与具体案例分析，使熟学生熟悉商品结构的象限分析法、熟悉商品结构的 80/20 分析法、商品结构的 ABC 分析法以及商品淘汰及引进的标准； （3）了解商品空间管理的定义，熟悉常见的门店布局方式，掌握商品陈列的原则和方法以及门店布局管理操作步骤； （4）熟悉常见的价格策略、定价方法以及影响价格的主要因素，了解价格形象打造的思路； （5）了解促销的目的和意义，熟悉常	**教学要求：**能够进行分管品类的战术制定，优化商品组合；能够进行空间效率分析，对商场品类的空间布局规划提出优化建议；能够对所分管品类提出价格优化建议；能够提出品类促销策略，制定简单的促销方案，分析执行结果；能够进行简单的补货计算，并对补货策略提出改进建议。 **德育要求：**培养学生在品类战术制定时的成本意识，发扬为企业节约的美德；在高效的商品定价与高效的商品促销时诚实守信的美德；培养与供应商
		（2）高效的空间管理	4		
		（3）高效的商品定价	4		
		（4）高效的商品促销	4		
		（5）高效的供应链管理	2		

				见的促销方式及其影响因素，掌握商品促销的流程； （5）了解供应链、供应链管理的概念，熟悉需求预测的基本知识和步骤以及合理补货的影响因素和步骤； （6）通过视频分析高效的商品促销。 **思政活动：** 高效的商品定价案例分析、高效的商品促销案例分析	良好的合作意识与契约精神。
6	模块五：品类管理实施与回顾	（3）品类管理实施 （4）品类管理回顾	2	**教学活动：** （1）通过复习回顾品类管理的流程； （2）通过任务导入，使学生熟悉品类管理实施的一般步骤，品类管理实施的潜在障碍，并熟悉多业态下的品类管理； （3）通过案例引入品类管理回顾的概念、目的，并了解品类管理回顾的分类； **思政活动：** 通过讨论：分析开展品类管理的 9 个误区。	**教学要求：**能够制定企业实施品类管理的基本步骤；能够预估企业实施品类管理面临的问题并提出应对思路；能够对战略层面的品类管理提出建议；能够对战术层面的品类管理提出建议。 **德育要求：**在品类管理过程中树立战略意识与全局意识。

四、课程考核

1．成绩构成

（1） 平时过程成绩占 50%。

（2） 期末考试成绩占 50%。

2.考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:包括课堂出勤（占 20%）、发言讨论（占 20%）、作业完成（占 40%）和德育素养（占 20%）五个部分，评价标准以超星平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1．各教学模块学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第 3 学期开设，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
一、课程导入：品类管理认知		**1**	**1**	**2**

二、模块一　品类定义与品类角色		**6**	**6**	**12**
1	商品组织结构表的制定	2	2	4
2	商品组合的单品配置	2	2	4
3	品类角色定位	2	2	4
三、模块二　品类评估与品类评分表		**4**	**4**	**8**
1	品类评估	2	2	4
2	品类评分表（品类目标制定）	2	2	4
四、模块三　品类策略		**3**	**3**	**6**
1	品类策略确定	2	2	4
2	策略向战术转化	1	1	2
五、模块四　品类战术		**9**	**9**	**18**
1	高效的商品组合	2	2	4
2	高效的空间管理	2	2	4
3	高效的商品定价	2	2	4
4	高效的商品促销	2	2	4
5	高效的供应链管理	1	1	2
六、模块五　品类管理实施与回顾		**1**	**1**	**2**
合计		**24**	**24**	**48**

2.教学建议

（1）主讲教师的基本要求

①大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

②具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

③具备连锁经营管理与数据分析的专业知识与能力。

④有丰富的连锁企业挂职锻炼或工作经验，具有良好的职业道德和责任心。

⑤课程负责人具有注册品类管理师（一级）资格证，能对本课程的标准、内容、结构、教学方法、团队建设起到把关或带头作用；将任务驱动式教学法引入课堂，实践教学中鼓励学生自行设计项目和实际带团；继续探索引进、专业实践、培养、聘用、参加技能比武的实践能力。

（2）教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

（3）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教

学效率。

（4）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按项目，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（5）专业课程体系有机融合。将本门课程的相关知识点与《零售数据分析》、《连锁企业门店运营管理实务》、《门店开发与设计》的实训进行有机融合，指导实践教学与技能抽查。

3. 教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，采用以品类管理流程为主线，将品类管理各模块有机贯穿起来，实现“教、学、做”合一的高职高专规划教材。

推荐使用教材：

李卫华.郭玉金 连锁企业品类管理（第三版）.高等教育出版社.2018 年 8 月第 3 版

（2）参考书

黄权藩.品类管理—教你如何进行商品梳理.品类管理—教你如何进行有效促销.

程莉、郑越.品类管理实战

（3）参考网络资源

智慧职教 www.icve.com.cn

联商网 www.linkshop.com.cn

超商网 www.ccsm.com.cn

中华零售网 www.i18.cn

零售网 www.leadshop.com.cn

其他相关书籍网络资源。

六、说明

1、本课程标准由连锁经营管理专业教师、长沙市零售商业行业协会合作制定。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 2 月 28 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《连锁企业商品采购实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：连锁经营与管理教研室

联 合 开 发 单 位：湖南农杰科技发展有限公司

2021 年 4 月

目 录

《连锁企业商品采购实务》课程标准 205
一、 课程性质 205
二、课程目标 205
（一）总体目标 205
（二）具体目标 205
三、课程内容与要求 206
四、课程考核 209
1．成绩构成 209
2. 考核内容与考核方式 209
五、实施建议 209
1、学时建议 209
2、教学建议 209
3、教材及参考资料建议 210
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议 210
六、说明 211

《连锁企业商品采购实务》课程标准

课程代码：0104009

课程名称：连锁企业商品采购实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：30 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：3 学分

适用专业：连锁经营与管理专业

先修课程：《连锁经营管理实务》《市场营销实务》《经济学基础》

后修课程：《零售数据分析与应用》《连锁企业促销管理实务》《顾客体验与服务》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是连锁专业开设的一门专业核心课程，是为了培养学生掌握连锁经营的核心，采购管理而设置的。本课程主要阐述连锁企业采购管理的基本原则、方式，通过理论教学和实践活动使学生充分认识采购细节，明确商品采购对于企业经营管理的重要作用，培养学生从成本利润角度思考的经营思维，能进行科学的采购决策，并对采购流程全面掌握，进而提高学生分析问题、解决问题的实际工作能力。本课程内容具有实用性、基础性和战略性的特点。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生掌握采购管理的基本原理、采购决策、采购谈判、供应商管理等知识，具备决策能力、采购谈判的技巧、供应商与企业自身采购绩效考核评估的能力，养成严谨、务实的商品采购职业道德素养和客观、严谨、公正的工作态度与作风，为能够胜任采购专员、采购主管与运营总监等工作岗位提供智力和技能支持。

（二）具体目标

1、德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生敬业、理性的职业道德素养，遵守行业自律准则，维护企业利益的能力；

（5）培养学生客观严谨的工作作风和正确的工作态度，理性、坚决杜绝采购腐败问题；

2、知识目标

（1）理解采购的基本概念和内容；

（2）理解采购管理的基本概念和内容；

（3）理解采购基本流程；

（4）掌握采购申请步骤与方法；

（5）掌握供应商的选择和管理方法；

（6）理解招标采购流程，掌握招标采购方法；

（7）掌握采购谈判技巧，学会采购谈判的组织与管理；

（8）掌握电子商务采购的步骤与方法；

（9）理解采购价格管理，掌握采购成本分析；

（10）掌握采购合同订立、采购合同履行采购风险；

（11）掌握采购绩效评估、采购绩效评估改进。

3、能力目标

（1）具备较好的采购需求预测能力；

（2）具备开发、选择供应商的能力；

（3）具备制作招标书、实施电子商务采购的能力；

（4）具备较好的采购谈判能力；

（5）具备签订合同、较合理的控制采购风险和采购成本的能力。

4、职业素养目标

（1）培养学生岗位职业道德，遵守采购行业规范与自律条例；

（2）培养学生市场信息素养，重视市场信息的变动和消费者需求的变化；

（3）培养学生谈判沟通、协调、组织、创新等职业意识；

（4）培养学生团队合作精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		

1	认识连锁企业采购管理	（1）采购概念与分类； （2）采购管理（概念、目标、职能、内容） （3）采购管理流程。	4	**教学活动**：组织学生到商贸流通企业参观学习，感悟、认知采购管理。 **思政活动**：分享“采购者的职业操守”文件资料。	**教学要求：**掌握采购的概念；采购的类型、一般采购过程；认识采购管理的职能和目标； **德育要求：**学生通过采购认知，初步树立为正确的人生观、职业观。
2	采购决策	（1）采购品类决策 （2）采购价格与数量决策	6	**教学活动**：根据企业所需，填写采购申请单 **思政活动**：自有品牌发展黄金时期及机遇	**教学要求：**要求掌握采购申请的方法和物料需求计划、物资消耗定额和采购需求预测的分析方法； **德育要求：** 通过采购品类和数量决策，具有民族加国家意识，为制造强国梦贡献力量。
3	采购谈判与合同管理	（1）采购谈判概述； （2）采购谈判程序； （3）采购谈判的组织实施； （4）采购谈判的策略； （5）采购谈判的技巧。 （6）管理采购合同	8	**教学活动**：全班分小组进行模拟采购谈判 **思政活动**：分享我国高铁动车组采购案例，培养学生爱国情怀	**教学要求：**了解采购谈判的内容及其特点；掌握采购谈判的程序；掌握如何组织实施采购谈判基本掌握采购谈判的策略和技巧。 **德育要求：**通过本模块学习，使学生懂得团结与团队合作的重要性。
4	连锁企	进行采购商品的	2	**教学活动**：模拟采购商品对单检验、数目	**教学要求：**了解商品检验流程；掌握质量

	业采购作业管理	验收货		检验和质量检验到最后入库 **思政活动：**分享企业采购作业验收流程	检验的步骤和方法 **德育要求：**运用各种检验方法，对采购商品进行严格把关，培养学生严谨、认真求是的工作作风。
5	供应商选择与管理	（1）供应商管理概述； （2）供应商调查； （3）供应商开发； （4）供应商考核； （5）供应商选择； （6）供应商的使用、激励与控制。	8	**教学活动**：分组调查：供应商调查与选择。 **思政活动：**激励与控制手段与措施，启发学生合理运用激励错略	**教学要求：**了解供应商管理的含义，目的和基本环节；掌供应商的使用、激励与控制商开发的步骤；了解供应商考核的指标体系；掌握供应商选择方法，能够对供应商的使用、激励和控制有较深的理解。 **德育要求：** 通过本模块的学习，养成求真务实、科学严谨的工作作风
6	连锁企业采购绩效评估与改善	（1）采购风险； （2）采购绩效评估； （3）采购绩效评估改进。	8	**教学活动**：案例分析与演示，学生自主讨论评估指标和绩效改善切入点 **思政活动：**视频资料分享，如何从细节处发觉采购腐败苗头	**教学要求：**了解采购风险的含义；掌供采购绩效评估指标及评估体系；掌握采购绩效评估改进的切入点和方法。 **德育要求：** 通过本项目学习，培养学生公正、客观的工作态度，树立遵纪守法、廉洁自律的职业观
7	采购新模式的应用	运用新模式进行商品采购	8	**教学活动**：新模式之电子商务的具体运用 **思政活动：**思考讨论电子商务新模式下采	**教学要求：**了解电子商务的概念、种类和特点；电子商务的功能及其应用系统的

				购管理	构成；掌握在企业采购活动中如何有效实施电子商务，节约采购成本； **德育要求：** 具有危机意识，使得学生督促自己不断与时俱进、终身学习。

四、课程考核

1．成绩构成

（1）平时过程成绩占 30%。

（6） 期末考试成绩占 70%。

2.考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:包括课堂出勤（占 20%)、发言讨论（占 20%)、作业完成（占 40%）和德育素养（占 20%）五个部分，评价标准以超星平台记录的数据为主要依据。

（2）期末考核：采用开卷考核理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第 3 学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	认知连锁企业采购管理	4	0	4
2	连锁企业采购决策	6	2	8
3	连锁企业采购谈判与合同管理	4	4	8
4	采购作业管理	2	2	4
5	连锁企业供应商管理	4	4	8
6	采购绩效评估与改善	6	2	8
7	采购新模式的应用	4	4	8
	学时总计	30	18	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用项目教学法、任务驱动法、情景教学法、角色扮演法、头脑风暴法等教学方法，激发学生思维，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。

（2）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化

本课程将全班同学分成工作小组，每小组 6-7 人，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

（4）教学任务驱动化

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行，学生在教师的引导下开展探究性学习,通过参与任务解决的过程,实现学生主动学习,学与做相结合。

（5）教学环境情景化

在教学中，根据学生的特点和心理特征，以及调研工作的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。

（6）团队成员角色化

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

（7）主讲教师要求

任课教师应具有扎实的采购理论功底和一定的实践经验并对新媒体有较强的操作能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，采用以商品采购为主线，将供应商管理、采购招标及成本、绩效管理各模块有机贯穿起来，实现“教、学、做”合一的高职高专规划教材。

《连锁企业采购管理》楼永俊，中国人民大学出版社，2018 年第 2 版

（2）参考书

《采购管理实务》乔骏，北京出版社，2014 年 5 月。

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

建议利用人人乐、新佳宜等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由连锁专业教学团队、湖南农杰科技发展有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：　　2021.4.10

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《零售数据分析与应用》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：连锁经营与管理教研室

联 合 开 发 单 位：湖南沃成科技有限公司

2021 年 4 月

目 录

《零售数据分析与应用》课程标准 214
一、课程性质 214
二、课程目标 124
（一）总体目标 214
（二）具体目标 215
三、课程内容与要求 216
四、课程考核 146
1.平时过程成绩（50%） 218
2.期末考试成绩（50%） 218
五、实施建议 218
1.学时建议 218
2.教学建议 219
3.教材及参考资料建议 219
六、说明 220

《零售数据分析与应用》课程标准

课程代码：待定

课程名称：零售数据分析与应用

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：24 学时　　实践学时：24 学时

学　　分：3 学分

适用专业：连锁经营与管理专业

先修课程：《管理学基础》《经济学基础》《市场营销实务》《连锁企业商品采购实务》《连锁企业门店营运与管理实务》《连锁企业品类管理实务》

后修课程：《连锁企业促销管理实务》《顾客体验与服务》《连锁门店开发与设计》《数字营销基础》《连锁企业促销管理实务实训》《连锁企业管理沙盘实训》《连锁经营与管理专业技能综合实训》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《零售数据分析与应用》是连锁经营管理专业的核心课，课程主要培养学生数据统计分析与报表制作能力。本课程主要阐述零售数据分析相关方法模型，EXCEL 基本技能，顾客、商品及运营数据分析，零售数据处理与展示，零售数据分析报告等内容。

通过理论教学和实践活动使学生充分认识零售数据分析特点，明确零售数据分析在连锁企业运营管理实践中的重要作用，培养学生深入实际注重分析的优良作风，能采用科学的数据分析方法对数据进行科学的分析解读，进而提高学生分析问题、解决问题的实际工作能力。

本课程具有很强的实践性，通过课程学习与实践，培养学生的零售数据分析思维、销售预算制定与追踪能力、顾客数据分析能力、商品数据分析能力、运营数据分析能力，同时使学生能够对零售数据分析结果进行生动展示，能够撰写零售数据分析报告，为进一步学习数字化营销、顾客服务与体验等课程奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生对零售数据分析有基本认知，能运营零售数据分析基本思路和基本方法；能根据数据进行销售预测，制定目标和分解目标；能进行会员数据分析；能进行商品采购环节、商品销售环节和商品供应环节数据分析；能进行运营数据分析能对

数据进行汇总处理，制作数据图表及撰写数据分析报告等。本课程旨在培养数据敏感性和保密意识，增强基于数据表达零售管理中的问题意识，养成零售数据分析习惯，培养学生数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神，为能够胜任门店助理及店长、运营主管等工作岗位提供知识和技能支持。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商的思想；

（4）培养学生实事求是、求真务实、勤奋踏实的品格，在数据分析中科学、客观、理性地开展数据分析工作；

（5）培养学生客观严谨的工作作风和正确的工作态度，理性、正确对待调查中的虚假数据、虚假信息和错误结论；

（6）培养学生敏锐的观察力、准确的判断力和严密的逻辑思维能力，能准确分辨调查中收集信息的真伪，正确判断数据的合格性，做出恰当的数据处理。

2.知识目标

（1）掌握零售数据分析的基本思路和常用方法；

（2）掌握销售目标的制定与追踪方法；

（3）掌握顾客数据分析的方法与技巧；

（4）掌握商品数据分析的方法与技巧；

（5）掌握网店运营数据分析方法与技巧；

（6）掌握零售数据处理与展示方法与技巧；

（7）掌握零售数据分析报告撰写的方法与技巧。

3.能力目标

（1）具备数据分析思维；

（2）具备根据数据进行销售预测，目标制定和目标分解的能力；

（3）具备顾客数据分析和会员数据分析能力；

（4）具备商品采购环节、商品销售环节和商品供应环节数据分析能力；

（5）具备网店运营数据分析能力；

（6）具备数据汇总、处理、展示能力；

（7）具备零售数据分析报告撰写能力。

4.职业素养目标

（1）培养数据敏感性和保密意识；

（2）增强基于数据表达零售管理中的问题意识，养成零售数据分析习惯；

（3）培养学生数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	零售数据分析概述	1.零售数据分析认知； 2.零售数据分析基本思路；	2	**教学活动**：在教师的指引下，学生在课堂通过相互讨论对零售数据分析有基本认知；教师结合多个零售数据分析案例，探讨零售数据分析的思路，启迪零售数据分析思维。 **思政活动**：分享“数据分析职业操守”案例讨论。	**教学要求**：对零售数据分析有基本的认知，对零售数据分析基本思路和常用方法有基本了解；认识到零售数据分析的意义，具有基本的零售数据分析意识。 **德育要求**：了解社会调查者应当具备的敬业精神、社会责任感，坚持理性、客观、实证的精神，提升对数据敏感性和零售管理数据意识。
		3.零售数据分析常用方法。	2		
2	EXCEL 基本技能	1.EXCEL 基本认识； 2.EXCEL 常用统计分析函数；	2	**教学活动**：学生分组组队成立虚拟的零售数据分析团队，明确岗位职责，并对团队进行形象设计。 **思政活动**：围绕“数据分析技能与实事求是的品德修养”进行主题讨论。	**教学要求**：学生在课外通过相互交流、自由组队，分组对 EXCEL 基本技能成果进行展示。 **德育要求**：通过围绕“数据分析技能与实事求是的品德修养”进行主题讨论，培养学生良好的职业道德和实事求是、具体问题具体分析的职业素养。
		3.EXCEL 数据清洗与筛选； 4.EXCEL 数据汇总统计。	2		
3	销售目标制定与追踪	1.销售预测；	2	**教学活动**：在教师的指引下，学生掌握“销售预测-目标制订-目标分解-销售追踪”基本思路，并对连锁企业零售数据的真实案例讲解如何进行销售预测，制定目标及后续追踪。 **思政活动**：围绕“销售目标-学习目标-人生目标”进行讨论，谈谈启示。	**教学要求**：学生在课堂中能充分投入到教学活动中来，教师通过启发式教学，学生通过充分参与讨论，掌握销售预测技巧，目标制定、分解技能，销售追踪技巧。 **德育要求**：通过围绕“销售目标-学习目标-人生目标”进行主题讨论，培养学生的工作目标任务导向和人生目标意识。
		2.目标制定； 3.目标分解；	2		
		4.销售追踪。	2		
4	顾客数据分析	1.购物者数据分析；	2	**教学活动**：明确购物者数据分析与会员数据分析的基本思路、指标与方法，并对连锁企业零售数据的真实案例讲解如何进行购	**教学要求**：学生在课堂中能充分投入到教学活动中来，教师通过启发式教学，学生通过充分参与讨论，掌握购物者数据分析与会员数据分析的基本思路、指标与方法。 **德育要求**：通过围绕“顾客就是上

		2.会员数据分析。	2	物者数据分析与会员数据分析。 **思政活动**：围绕“顾客就是上帝”进行讨论，谈谈如何更好地服务客户，更好地创造价值。	帝”进行主题讨论，培养学生的客户服务意识，引导学生全心全意为人民服务的意识导向。
5	商品数据分析	1.商品采购环节数据分析；	2	**教学活动**：①教师下发任务书（对商品采购环节、销售环节、供应环节数据进行分析）； ②教师讲解商品数据分析内容、指标、方法等内容。③学生以小组为单位完成本组任务；④教师解答学生提出问题。 **思政活动**：结合商品数据分析实训，讨论“如何实事求是、科学地做好商品数据分析”。	**教学要求**：学生根据任务的要求，以小组为单位分工协作，完成商品数据分析相关实训内容。 **德育要求**：端正实事求是的工作态度，培养学生诚实守信的健全人格和认真敬业的工作作风。
		2.商品采购环节数据分析实训；	2		
		3.商品销售环节数据分析； 4.商品供应环节数据分析。	2		
		5.商品销售环节、商品供应环节数据分析实训。	2		
6	运营数据分析	1.网店运营数据分析认知； 2.网店流量管理数据分析； 3.网店客服绩效考核数据分析； 4.网店订单管理数据分析； 5.网店客户管理数据分析；	4	**教学活动**：①教师下发任务书（对网店流量数据、客服绩效考核数据、订单管理数据、客户管理数据进行分析）； ②教师讲解运营数据分析内容、指标、方法等内容。③学生以小组为单位完成本组任务；④教师解答学生提出问题。 **思政活动**：结合运营数据分析实训，讨论“连锁企业运营管理求真务实思维”。	**教学要求**：学生根据任务的要求，以小组为单位分工协作，完成运营数据分析相关实训内容。 **德育要求**：树立求真务实的工作态度和工作作风，培养学生求真务实的健全人格和认真敬业的工作作风。
		6.网店流量管理数据分析实训；	2		
		7.网店客服绩效考核数据分析实训；	2		
		8.网店订单管理数据分析实训； 9.网店客户管理数据分析实训。	2		
7	零售数据处理与展示	1.数据汇总； 2.数据处理； 3.数据图表制作； 4.水晶易表认知；	2	**教学活动**：①教师下发任务书（对数据汇总与处理、数据图表制作等内容）；②教师讲解数据汇总与处理，数据图表制作要点等	**教学要求**：学生根据任务的要求，以小组为单位分工协作，完成零售数据处理与展示相关实训内容。 **德育要求**：树立精益求精的工匠精神和踏实勤勉工作作风，培养学生

		5.零售数据处理实训；	2	内容。③学生以小组为单位完成本组任务；④教师解答学生提出问题。 **思政活动：**结合零售数据处理与展示实训，讨论“如何在零售数据处理与展示中落实精益求精的工匠精神”。	求真务实的健全人格和踏实敬业的工作作风。
		6.零售数据展示实训。	2		
8	零售数据分析报告	1.零售数据分析报告的概念； 2.零售数据分析报告的分类； 3.零售数据分析报告的结构与内容；	2	**教学活动：**①教师下发任务书（数据分析报告结构和内容）； ②教师讲解数据分析报告结构与内容等重点内容。③学生以小组为单位完成本组任务；④教师解答学生提出问题。 **思政活动：**结合零售数据分析报告实训，讨论“如何坚持问题导向，养成科学严谨、求真务实、实事求是的工作作风”。	**教学要求：**学生根据任务的要求，以小组为单位分工协作，分小组依据给定数据及相关信息撰写零售数据分析报告，并在课堂中进行汇报演示。 **德育要求：**树立科学严谨、求真务实、实事求是的工作作风，培养学生求真务实的健全人格和踏实敬业的工作作风。
		4.零售数据分析报告实训。	2		

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1.平时过程成绩（50%）

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：顾客数据分析（20%），商品数据分析（20%），运营数据分析（30%），零售数据处理与展示（30%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2.期末考试成绩（50%）

采用实际案例考核方法，由教师给定数据，学生按照教师给定数据及要求分析的内容，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为撰写零售数据分析报告综合考核。

五、实施建议

1.学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第四学期开设，教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	零售数据分析概述	4		4
2	EXCEL 基本技能	2	2	4
3	零售目标制定与追踪	4	2	6
4	顾客数据分析	2	2	4
5	商品数据分析	4	4	8
6	运营数据分析	4	6	10
7	零售数据处理与展示	2	4	6
8	零售数据分析报告	2	2	4
9	机动（含考查）		2	2
学时总计		**24**	**24**	**24**

2.教学建议

（1）教学方法多样化

采用项目教学法、任务驱动法、情景教学法、角色扮演法等教学方法，激发学生思维，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。

（2）教学手段现代化

利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）团队成员角色化

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

（5）主讲教师要求

任课教师应具有扎实的零售数据分析理论功底和一定的实践经验并熟悉相关软件操作。

3.教材及参考资料建议

（1）教材

《零售数据分析与应用》中国连锁经营协会，高等教育出版社，2015 年第 5 版。

（2）参考书

《新零售革命》童思南主编，中华工商联合出版社，2018 年 9 月；

《数据化管理》黄成明主编，电子工业出版社，2014 年 7 月。

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

联商网 http://www.linkshop.com.cn/

中国连锁经营协会：http://www.ccfa.org.cn/index.jsp

超商网：http://www.ccsm.com.cn/

六、说明

1.本课程标准由连锁专业教学团队、湖南沃成科技有限公司等合作开发。

2.本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3.执笔（课程负责人）：

4.初审（教研室主任或专业带头人）：

5.二审（二级学院、教学部负责人）：

6.审定：

日期：2021 年 4 月 10 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《推销与谈判》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：连锁经营与管理教研室

联 合 开 发 单 位：长沙湘贵实业有限公司

2021 年 4 月

目 录

《推销与谈判》课程标准 223
一、课程性质 223
二、课程目标 223
（一）总体目标 223
（二）具体目标 223
三、课程内容与要求 224
四、课程考核 226
1、成绩构成 226
2、考核内容与考核方式 226
五、实施建议 226
1、各教学模块学时建议 226
2、教学建议 227
3、教材及参考资料建议 227
4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议 228
六、说明 228

《推销与谈判》课程标准

课程代码：0102076

课程名称：推销与谈判

课程类别：理论+实践

总 学 时：64 学时　　理论学时：36 学时　　实践学时：28 学时

学　　分：4 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《商务礼仪》、《商品基础知识》

后修课程：《客户服务与管理》、《销售管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《推销与谈判》是高职院校市场营销专业的一门专业核心课程。

本课程是构成专业基本能力——销售人员从业技能的重要组成部分，本课程是在学习《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《商务礼仪》、《商品基础知识》之后开设的市场营销专业核心课程，为后续《销售管理》、《客户服务与管理》等课程奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生运用推销与谈判的原理和技巧，向顾客进行推销准备、寻找顾客、约见、接近、洽谈、成交和谈判签约的全过程。通过本课程学习，使学生不但能熟悉推销与谈判的基本理论和基本方法，更应熟练掌握基本技能，使学生具备从事推销与谈判等业务工作的能力，同时还注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养。

（二）具体目标

1、德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，对企业、顾客和竞争对手遵循职业道德；

（5）培养学生正确的工作态度，不一味为了业绩不顾顾客利益。

2、知识目标

（1）正确认识推销观念。

（2）掌握推销模式与推销方格理论。

（3）掌握谈判的特征，掌握谈判的计划制定和团队管理，掌握谈判的原则。

（4）掌握寻找、约见与接近顾客的方法。

（5）掌握谈判的过程中的各种策略的运用。

（6）掌握推销成交信号的识别和成交方法的运用。

（7）掌握签订合同的技巧。

3、能力目标

（1）成功地推销自我。

（2）能运用推销理论与技巧，成功地向顾客推销出商品。

（3）能运用谈判理论与技巧，成功地达成谈判目标。

（4）以培养“合格优秀的推销员”为主要目标。

4、素质目标

（1）培养学生优良的客户沟通、灵活应变、心理调适等销售职业道德品质。

（2）培养学生的学习能力、工作能力、创新思维能力。

（3）培养学生诚实守信、严谨认真和敬业爱岗的职业态度。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

编号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	树立正确的推销观念	①树立正确的推销观念；	2	**教学活动**：案例分析、情景模拟：认识正确的推销观念，掌握推销自我的技巧，了解推销员应该具备的素质与能力。 **思政活动**：分享“推销不是骗术”。	**教学要求**：认识正确的推销观念，掌握推销自我的技巧，了解推销员应该具备的素质与能力。 **思政要求**：推销员要有良好的职业道德。
		②在推销商品之前推销自我；	2		
		③推销员的素质和能力。	2		
2	推销模式与	①推销的概念，新世纪的推销观念；	2	**教学活动**：案例分析、	**教学要求**：能掌握

	推销方格	②推销的埃达模式、迪伯达模式及操作运用；	2	模拟推销实训：各种推销模式的适用范围及技巧；运用推销方法理论进行推销。 **思政活动：**案例分析“不能一味强买强卖，为了业绩而推销”。	四种推销模式的灵活运用，灵活运用推销方格理论。 **思政要求：**推销员不能只图一时的业绩，要和顾客保持长久的良好关系。
		③推销的埃德帕模式和费比模式及操作运用；	2		
		④推销方格理论	2		
		⑤推销理论实操训练	2		
3	谈判的概念与原则	①谈判概述（谈判与商务谈判、特征、内容）；	2	**教学活动：**案例分析：掌握谈判的概念、特征和内容；掌握谈判队伍组成、谈判目标与计划确定；掌握谈判的方式和原则。 **思政活动：**小组讨论：谈判的目标有哪些？	**教学要求：**领会谈判的实质； 学会制定谈判计划； 明白谈判的方式和原则。 **思政要求：**谈判中和对方的关系也很重要，不能一味追求己方目标的达成。
		②谈判计划与管理（推销谈判信息收集、队伍组成、谈判目标与计划确定）；	2		
		③商务谈判的原则	2		
		④案例分析与谈判实操练习	2		
4	寻找与接近顾客	①寻找顾客的原则与方法；	2	**教学活动：**案例分析、情景模拟：掌握寻找顾客的原则方法；掌握顾客资格审查的方法和推销准备的内容；掌握约见顾客的方法；掌握接近顾客的原则和方法。 **思政活动：**分析：寻找顾客要注意顾客哪些隐私不能窥探？	**教学要求：**学会寻找顾客的各种方法；做好推销准备工作；学会各种约见顾客的方法；学会接近顾客。 **思政要求：**通过公开正常的渠道去了解顾客的信息。
		②顾客资格审定、资料准备；	2		
		③约见顾客（内容、方法与操作）；	4		
		④接近顾客的目的与方法。	4		
5	谈判过程与策略	①谈判策略含义运用及选择；	2	**教学活动：**案例分析、情景模拟： 掌握谈判策略的运用原则和技巧；掌握开局阶段的内容；掌握报价的技巧；掌握还价的技巧；掌握让步的技巧。 **思政活动：**案例分析：所有的谈判都要用策略吗？	**教学要求：**学会选择谈判策略；学会掌握谈判开局；学会报价技巧；学会还价技巧； 学会让步技巧。 **思政要求：**对于熟悉友好的老顾客不要用策略，策略并不是一定要完全打败对方，而是为了保护自己。
		②谈判开局；	1		
		③报价；	1		
		④讨价还价；	1		
		⑤让步。	1		
6	僵局缓解	①谈判障碍的克服（僵局的缓解）；	2	**教学活动：**案例分析、情景模拟：掌握僵局的处理方法；掌握处理顾客异议的方法。 **思政活动：**讨论：面对顾客的异议和产品的不足，我们应该怎么	**教学要求：**学会缓解僵局； 学会处理好顾客异议。 **思政要求：**我们不能巧舌如簧地掩饰掩盖。
		②顾客异议的处理。	2		

				办？	
7	推销成交与签订合同	①成交信号； ②成交方法； ③成交注意事项； ④签订合同。	2 2	**教学活动**：案例分析、情景模拟：掌握成交信号和成交时机；掌握各种成交方法；掌握签订合同及成交后续工作的内容。 **思政活动**：讨论：积极引导客户成交和强卖给客户的区别在哪儿。	**教学要求**：识别和抓住成交时机；学会使用各种成交方法；学会签订合同和处理成交后续工作。 **思政要求**：成交一定要考虑客户的需求。

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 10%。

（2）期末理论考试成绩占 50%。

（3）期末实践操作成绩占 40%。

2、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核、实践操作考核三部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。其中课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）期末闭卷理论考核：考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试，试题构成：单选题＋多选题＋判断题＋案例分析题，考核内容中：推销谈判知识、原理、方法占 40%，营销案例分析占 60%。

（3）实践操作考核：实践部分实行“实地推销”制度，7 个项目：树立正确的推销观念及推销自我、推销模式和推销方格、谈判概述、寻找和接近顾客、谈判策略和过程、僵局缓解、成交与签订合同及后续实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65％）、学习态度（20％）、报告撰写（15％），采取学生自评（15%）、互评（35%）及老师评价（50%）方式，注重过程考核。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 64 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	正确的推销观念	4	2	6
2	推销模式和推销方格	6	4	10
3	谈判的概述和原则	4	4	8

4	寻找和接近顾客	7	7	14
5	谈判策略和过程	8	4	12
6	僵局缓解	3	3	6
7	推销成交与签订合同	2	2	4
8	其他	2	2	4
	合计	36	28	64

2、教学建议

（1）教学方法多样化

借助企业实际推销项目和学校展会销售，利用模拟情景教学法、驱动教学法以及案例教学法等教学方法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等，着重考核学生的实际推销业绩和谈判能力，与职业素养的养成过程。

（2）教学手段现代化

利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 3-4 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟。

（4）主讲教师要求：任课教师应具有扎实推销与谈判方面的理论知识与实践基础。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合湖南省高职营销专业技能抽查标准，建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营销专业技能抽查标准中有关产品推销、商务谈判测试部分内容的要求来自编教材。

（2）参考书

《推销与谈判——原理.技巧.实务》第二版 十一五规划高职高专教材；上海财经大学出版社；简彩云李贞主编；2014 年。

《市场营销》 (美)菲利普·科特勒,(美)加里·阿姆斯特朗著，华夏出版社,2003.7

《谈判真理》 （英）盖温.肯尼迪著，中国宇航出版社，2008

《国际推销大师成功秘诀》 马必成 马克泰，国际广播出版社，2002

《案例式谈判学》 陈荣杰，内蒙古人民出版社，2000.1

《谈判训练》　孙兆臣、易吉林，武汉大学出版社，2003.11

《超级推销——成功推销200方法和绝妙说词》　周树清，内蒙古人民出版社，2003，4

《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

（3）参考网络资源

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用建议：校内推销与谈判实训室用于模拟推销与谈判；设置校内展销会，通过模拟和仿真的实践，帮助学生掌握推销与谈判的全过程技巧。

（2）校外实践教学条件开发建议：让学生积极参加每年的农博会和茶博会，与湘贵实业有限公司合作开展推销活动，帮助学生实际参与推销与谈判的真实过程。

六、说明

1、本课程标准由市场营销教研室专业教学团队、长沙湘贵实业有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：

4、初审：

5、二审：

6、审定：

日期：2021年4月6日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《茶席设计与茶会组织》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：茶艺与茶文化教研室

联 合 开 发 单 位：湖南省唐羽茶业有限公司

2021 年 4 月

目　录

一、课程性质.....223
二、课程目标.....223
（一）总体目标.....223
（二）具体目标.....223
三、课程内容与要求.....224
四、课程考核.....226
五、实施建议.....226
六、说明.....228

《茶席设计与茶会组织》课程标准

课程代码：

课程名称：茶席设计与茶会组织

课程类别：理论+实践

总 学 时： 48 学时　　理论学时： 20 学时　　实践学时： 28 学时

学　　分： 3 学分

适用专业：茶艺与茶文化

先修课程：《茶艺服务与技巧》、《茶叶销售技巧》、《茶叶审评技术》、《中华茶文化》、《茶叶商品知识》

后修课程：无

开课部门：茶学院

一、课程性质

本门课程是茶艺与茶业营销专业开设的一门专业核心课程。本课程通过课堂讲解、技能训练、观看影像资料等活动组织教学，采用教、学、练三者结合以学生实操为主的教学方式。通过学习，使高职学生掌握系统的茶席设计基础知识，具备茶席设计、茶会筹备与组织的能力，对学习和实践其他茶叶专业课程具有直接的指导意义。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，让学生了解茶席和茶会的类型及发展，掌握茶席设计的构成要素、结构方式以及题材和表现方式，掌握主题茶席的布置和环境营造，掌握茶会的策划流程和主题茶会的策划及组织，能够在茶会设计、组织中灵活运用茶席设计和布置的技能，完善专业知识结构，提高自身修养和欣赏水平，满足学生的职业需要，增强茶艺的生活实用性。

（四）具体目标

1、德育目标

（1）培养学生正确的世界观、人生观和价值观。

（2）培养学生的审美观。

（3）培养学生敬业、理性、尊重他人、关心他人和与人为善的道德素养，能遵守行业自律准则。

（4）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格。

（5）培养学生具备良好的动手能力、创新精神。

（6）培养学生良好的团队协作意识。

2、知识目标

（1）了解茶席的概念及茶席设计的起源与发展。

（2）掌握茶席设计的基本构成要素及一般结构方式。

（3）掌握茶席设计的题材及表现方法。

（4）掌握主题性茶席的布置方法和技巧。

（5）掌握茶席设计展演中服装的选择与搭配、环境的营造。

（6）了解茶会的发展、主要类型及特征。

（7）掌握茶会的策划流程。

（8）掌握主题茶会的策划和如何展开组织。

3、能力目标

（1）能够设计主题茶席。

（2）能够布置茶席并通过简单装饰烘托茶席主题。

（3）能够对自己设计的主题茶席进行讲解。

（4）能够策划、组织主题茶会，并在其中运用好茶席设计和布置的技能。

（5）能够组织无我茶会。

（6）能够组织申时茶会。

（7）能够对茶空间布置提出意见和建议。

4、素质目标

（1）具有正确的审美认识。

（2）加强学生的规则意识。

（3）具有团队合作创新意识。

（4）具有吃苦耐劳的精神。

（5）具有良好的身体素质和心理素质。

四、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	茶席概念	①茶席的概念界定 ②茶席与茶会 ③茶席的功能	2	**教学活动：**①通过视频、图片等方式了解茶席。 ②讨论茶席有什么作用。	**教学要求：**①掌握茶席的概念。 ②了解茶席的功能。

				思政活动：①讨论布置精美的茶席能让我们达到一种怎样的心境。	**德育要求**：①明白茶席对品好一杯茶的重要性，要养成注重细节的好习惯。
2	茶席设计的兴起和研究	①茶席设计的兴起 ②茶席设计研究概述	2	**教学活动**：①课堂展示：小组搜集曾在古诗文、古书画中出现的茶席并展现。 **思政活动**：①探讨茶席设计的兴起对茶产业的影响。	**教学要求**：①了解茶席设计的发展。 **德育要求**：①培养自身“探源”的习惯，从源头开始学习。
3	茶席主题提炼	①茶席题材选择 ②茶席主题命名	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解 ②课堂练习：进行主题的提炼及命名 **思政活动**：①搜集资料，中国传统节日或节气的涵义。	**教学要求**：①掌握茶席主题的提炼和命名方法。 **德育要求**：①培养自身的民族自豪感。
4	茶席的创意与文案创作	①茶席创意策划 ②茶席文案创作 ③茶席文案鉴赏	2 2 2	**教学活动**：①四人一组进行茶席创意策划和文案创作 **思政活动**：①查找、讨论和爱国主题相关的茶席文案。	**教学要求**：①能进行茶席文案的创作。 **德育要求**：①明白爱国也是生活的一大主题，除了诗和远方，还有坚定的信仰。
5	茶席布置	①茶席设计的基本构成要素 ②茶席设计的一般结构方式 ③茶席中茶品及茶具 茶席中茶水、茶食 茶席中音乐 茶席中其他配置 茶席中服装和礼仪讲究	2 2 2 2 2	**教学活动**：①四人一组根据小组茶席文案进行茶席布置，并配上合适的服装进行讲解。 **思政活动**：①思考茶席设计中讲究的结构方式和布置原则，折射到生活中的哪些方面。	**教学要求**：①掌握茶席布置的方法和技巧。 **德育要求**：①具备规则意识，在保证基本原则的基础之上进行创新，但不能逾矩。
6	茶会概论	①茶会概念 ②茶会类型（无我茶会、申时茶会、四序茶会、曲水茶宴等）	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解茶会类型。 **思政活动**：①文人、古人的生活方式给我们什么启发。	**教学要求**：①掌握茶会的概念。 ②了解几个主要类型的茶会。 **德育要求**：①积累更多热爱生活的热情。
7	茶会的发展历史	①无我茶会的发展 ②申时茶会的发展	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解无我茶会、申时茶会的组织形式。 **思政活动**：①探讨什么样的茶会会一直流传，受大众喜欢。	**教学要求**：①了解无我茶会和申时茶会的发展历程及形式。 **德育要求**：①理解流传下来的文化是

8	无我茶会的组织	①无我茶会的基本形式及精神 ②无我茶会的流程和各环节要求	2	**教学活动：**①通过视频、图片等方式了解无我茶会。 ②全班一起组织一场无我茶会。 **思政活动：**①探讨无我茶会的精神和儒释道精神有什么联系。	**教学要求：**①掌握无我茶会的精神和组织。 **德育要求：**①注重自己组织能力的锻炼及提高与他人良好协作的意识。
		③无我茶会的组织	6		
9	申时茶会的组织	①申时茶会的基本形式及精神 ②申时茶会的流程和各环节要求	2	**教学活动：**①通过视频、图片等方式了解申时茶会。 ②全班一起组织一场申时茶会。 **思政活动：**①探讨中国传统文化中对十二时辰的研究（与人体的新陈代谢、运转有何关系。）	**教学要求：**①掌握申时茶会的精神和组织。 **德育要求：**①培养学生注重联系生活中的各项事物，注重细节。
		③申时茶会的组织	6		
10	主题茶会的策划和组织	①主题茶会的策划（流程及各环节要求） ②主题茶会体现的精神	2	**教学活动：**①四人一组进行主题茶会的策划。 ②挑选出好的主题茶会进行组织。 **思政活动：**①思考探讨，组织好一场茶会，需要我们具备哪些良好的心理素质。	**教学要求：**①掌握茶会的策划和组织。 **德育要求：**①注重使自己具备良好的动手能力、组织能力和创新精神。
		③主题茶会的组织	4		

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1.平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（3）作业及实践操作（30%）

其中：茶席创意及文案创作（15%），茶席布置及讲解（30%），无我茶会的组织（10%），申时茶会的组织（10%），主题茶会的策划（20%）、主题茶会的组织（15%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2.期末考核成绩

采用操作考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为实操。

五、实施建议

1.学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	茶席概念	2		2
2	茶席设计的兴起和研究	2		2
3	茶席主题提炼	2		2
4	茶席文案创作	2	4	6
5	茶席布置	4	6	10
6	茶会概念	2		2
7	茶会的发展历史	2		2
8	无我茶会的组织	2	6	8
9	申时茶会的组织	2	6	8
10	主题茶会的策划和组织		6	6
学时总计		20	28	48

2.教学建议

（1）教学方法主要采用校内多媒体教学、课堂情景模拟、讲授法、演示法、引导自学法、视频教学法、企业调研法、小组合作实操法等。做到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。结合校企合作的校外实践单位提供的案例资源和调研参观机会，加深学生对理论知识的理解和增强学生学习的体验感。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组合作讨论、操作，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3.教材及参考资料建议

（1）教材

自编。

（2）参考书（杂志）

《茶席设计》，周新华，浙江大学出版社，2016 年

《茶席茶会》，蔡荣章，安徽教育出版社，2011 年

《中华茶文化与礼仪》 ，胡付照，中国财富出版社，2018 年

（3）参考网络资源

4.校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶文化教室和学校空旷场所或校外合适场地共同完成。

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 21 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《茶叶商品知识》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：茶艺与茶文化教研室

联 合 开 发 单 位：湖南省唐羽茶业有限公司

2021 年 4 月

目 录

《茶叶商品知识》课程标准.....241
一、课程性质.....241
二、课程目标.....241
（一）总体目标.....241
（二）具体目标.....242
三、课程内容与要求.....242
四、课程考核.....246
五、实施建议.....247
2、教学方法.....248
3、教学资源建议.....248
4、教材的编写和使用建议.....248
5、推荐教材和教学参考书.....249
六、教学团队.....249

《茶叶商品知识》课程标准

课程代码：

课程名称：茶叶商品知识

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：30 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：3 学分

适用专业：茶艺与茶叶营销专业

先修课程：无

后修课程：《茶叶审评技术》、《门店陈列与销售技巧》、《茶企经营与管理》、《营销策划》、《品牌建设与管理》、《市场营销实务》

开课部门：茶学院

一、课程性质

本课程是一门介绍茶叶商品相关知识的课程。通过对本门课程的学习，使学生在了解茶叶作为商品出售时不同于其他商品的属性、各类茶叶特点及代表花色品种、各类茶叶的初制加工工艺、茶叶的营养保健特性、茶叶市场的产销现状、茶叶感官质量评审、茶叶包装、储存与保养等理论知识的基础上，对我国的各类商品茶叶有一个比较全面的认识，能够掌握和运用茶叶商品基础知识给消费者作介绍，进行各类茶叶的销售。

本课程是茶艺与茶叶市场营销的专业核心课，同时也是理论性与实践性紧密结合的一门综合性课程，教学中要求理论必须与实践密切结合。

二、课程目标

（一）总体目标

通过工学结合、校企合作方式培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握茶叶基本知识与能力，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力。并通过理论、实践相结合的教学方式，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有茶叶基础知识功底的、能开展茶叶营销相关工作的高素质高技能型专门人才，以适应市场对营销管理人

才的需求。

（二）具体目标

1、知识目标

（1）认识茶类演变的发展历程；

（2）理解茶叶分类的依据及分类方法；

（3）熟悉茶产业发展与现状，掌握六大茶类的分类依据与加工工艺特点，熟悉茶叶的品质审评内容和品质鉴别、茶叶的健康属性，了解茶叶衍生新产品的现状及茶叶包装和存储，学会科学饮茶的技巧。

2、能力目标

（1）能够清楚辨认每个茶所属的茶类及应该具有的品质风味；

（2）能够比较专业的辨别日常茶品的质量好坏，在日常的茶叶销售中能巧妙运用茶叶的健康属性向顾客推销茶品；

（3）会在日常生活中合理选茶和合理喝茶，掌握鉴赏茶叶和科学饮茶的技巧提升生活品质。

3、素质目标

（1）具备良好的服务意识；

（2）具备良好的职业道德；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	认识茶叶的分类及代表茶类	① 茶叶分类	1	**教学活动：** ⑧ 经典的历史名茶赏析。 ⑨ 教师讲解相关知识点：我国六大茶类的历史与发展，六大茶类的历史名茶。 ⑩ 教师引导学生梳理茶叶制作演变的过程。	**教学要求：**了解我国六大茶类的历史与发展，熟悉茶叶分类原则，六大茶类的代表花色品种。 **德育要求：**理解茶叶发酵程度与品质之间的关系，树立茶叶分类品鉴理念，能对市场中消费者的行为正确消费引导，培
		②不发酵茶的代表茶类及其特点	2		

		③半发酵茶的代表茶类及其特点	1	⑪ 教师讲解不同发酵程度茶叶的特点及代表茶类。 **思政活动**：组织学生讨论茶叶发酵程度和品质影响的关系，通过采访同学们的评茶体验认知茶叶的茶性及与营销直接的关联性。	养学生尊重茶叶本质的实事求是精神。
		④发酵茶的代表茶类及其特点	2		
2	认识茶叶的加工	①认识六大茶类的初制工艺	6	**教学活动**：学生分组介绍六大茶类的初制工艺都有哪些？讨论其中的关键工序是什么？根据实物展示或品评使学生认识到茶叶工艺与品质之间的关联性，组织学生讨论茶叶的精制加工对于企业严把质量关、稳定质量的重要性。 **思政活动**：对市场上的初制茶产品质量不稳定的现象加以分析，以茶企中有代表性的品牌茶在质量稳定、品质过硬的案例中引发大家讨论，树立正确的营销职业道德，引导学生发扬工匠精神，学习传统技术。	**教学要求**：能分析六大茶类的工艺与品质之间的关联性，能指出不同茶类的关键工艺及参数。认识到茶叶的精制工艺对茶企稳定质量、严把茶叶质量关的重要作用。 **德育要求**：了解制茶应当具备的敬业精神、社会责任感，注重提高技能和业务能力，发扬精益求精的工匠精神。
		②认识六大茶类的精制工艺	2		
		③了解工艺与品质之间的关联性	2		
3	认识茶叶与健康的关系	①古今对饮茶与健康的认识	1	**教学活动**：①教师下发任务（留意身边朋友关注最多的茶叶保健功效），②教师解析茶叶保健功效的生化基础及六大茶类的保健功效。③组织学生从养生的角度为自己家人制定一份茶叶够买方案并说明理	**教学要求**：学生根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位讲述身边的茶健康认识，引导学生总结六大茶类的保健功效及生化基础。 **德育要求**：学生根据搜集到的关注企业或门店的茶叶保健
		②饮茶有益健康的生化基础（茶叶的主要化学成分）	2		
		③各大茶类的保健功效	2		

		课堂演讲：从养生的角度为自己家人制定一份茶叶够买方案并说明理由。	1	由。 **思政活动**：结合茶叶的养生保健功效引发同学们关心亲人、及时尽孝。	功效的夸大宣传、虚假宣传进行讨论，培养学生诚实守信的健全人格和实事求是的精神。
4	了解国内茶叶产销概况	① 国内茶区分布	1	**教学活动**：①教师下发任务（查找资料了解国内茶叶销量、产量、茶园面积、茶叶种类）②教师总结国内茶叶生产情况及国际贸易形势。③教师组织学生讨论湖南茶叶产业现状。 **思政活动**：针对课程中茶叶的起源于中国、中国茶叶的出口地位及出口量引发学生产生民族自豪感及爱国情怀。	**教学要求**：学生根据任务的要求，分组讨论，并以小组为单位呈现不同省份的产销情况，教师总结国内茶叶生产情况及国际贸易形势。教师组织学生讨论湖南茶叶产业现状。 **德育要求**：学生通过小组讨论了解茶叶的起源于中国、中国茶叶的出口地位及出口量引发学生产生民族自豪感及爱国情怀。
		②国内茶叶生产情况	2		
		③国内茶叶贸易情况	1		
		⑫ 湖南省茶叶产销情况	2		
5	了解茶叶质量控制	①茶叶标准	2	**教学活动**：①教师下发茶叶的生产、加工、品质标准，引发大家讨论茶叶标准的作用和用途。②教师从品鉴角度的解析茶叶的品质评价系统及茶叶品评因子。③教师解答学生提出问题。 **思政活动**：主题讨论“名茶产品的原产地保护有何意义”——产品的质量与价格控制。	**教学要求**：能够根据市场的实际情况来分析茶叶产品质量问题，指出茶叶质量等级及价格。采取有代表性的茶品进行质量品评和比对。 **德育要求**：学生通过主题分析，讨论名茶产品的原产地保护意义，正确看待古树茶、核心产区等概念。
		②茶叶感官质量评审	5		
		③茶叶质量认证与检验	1		
6	茶叶新产品介	市售的茶叶产品新形态	4	**教学活动**：①教师下发任务（介绍一	**教学要求**：采用实物展示的方式直观学

	绍	茶叶类新产品的开发方向与前景	2	款茶叶新品）②教师介绍市场上的茶叶产品新形态，从茶叶的原料创新、加工工艺创新、品质拼配创新、产品形式创新等方面引发大家讨论茶叶类新产品的开发方向与前景。③教师解答学生提出问题。**思政活动：**从创新产品的角度引发思考，分享自己创新的一款新产品。	习，引导学生了解及关注产品的创新角度，并提出新的创意点。**德育要求：**学生通过分享自己创新的产品了解新产品创新的不同维度，理解作为一个优秀的新产品应该具备什么样的特质。
7	茶叶包装与储存	①茶叶包装方法	2	**教学活动：**①教师下发任务（介绍一款你接触到的茶叶包装，并点评包装设计的优缺点）②教师介绍茶叶的包装要求及包装的样式、特点等知识点。③学生收集资料分享茶叶储存的条件和方法，教师总结④教师和学生讨论六大茶类存储的要点和储存的技巧，教师解答学生提出问题。**思政活动：**主题分析“一款好的包装应具备哪些条件”——怎样杜绝包装过度的资源浪费。	**教学要求：**能够根据市场现有的包装样式进行分析，提出包装的条件和方法。引导学生总结六大茶类储存的要点。**德育要求：**学生通过主题分析，理解一款好的包装应具备的条件，养成正确的消费观和节约社会资源、合理包装的社会责任感。
		②茶叶储存的条件及存储方法	2		
		③六大茶叶储存方法	2		

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照知识积累和茶叶质量品评流程的过程进行考核，考核学生的职业技能；从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、期末考核占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋问答题＋分析题

3.实践操作 40%

实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65%）、学习态度（20%）、总结表达（10%）、团队合作（10%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%

1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 实训操作表现	10%
2	实践操作	1、完成老师布置的课堂或课后任务 2、作业完成质量打分情况	任务完成（65%）、学习态度（20%）、总结表达（10%）、团队合作（10%）	40%
	期末考核	1、单选题 2、多选题 3、判断题 4、问答题 5、论述题	考试	50%

五、实施建议

（一）学时建议

本课程的总课时为 48，其中实践操作学时 18。

教学单元	讲课	实践	合计
认识茶叶的分类及代表茶类	4	2	6
认识茶叶的加工	6	4	10
认识茶与健康的关系	4	2	6
了解国内茶叶产销情况	2	4	6
了解茶叶质量控制	2	6	8
茶叶新产品的介绍	4	2	6
茶叶包装与储存	4	2	6
合计	26	22	48

（二）教学建议

1、教学要求

（1）教学过程中要集中体现“教师主导，学生主体”的角色定位，要求任课教师加强对学生的研究，加强教学单元内容在实践应用中的应用研究及相关案例的收集。

（2）教学过程要围绕“理实一体化”、“教、学、练同步化”的设计理念，教师在授课过程中以启发式教学代替灌输式教学，引导学生间通过学习小组开展协作式学习。

（3）学习过程中要求在总结归纳的基础上获取新的知识，鼓励学生对相关情景做出判断，并对其他同学的观点做出评价与补充。

2、教学方法

（1）在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

（2）在教学过程中，除已经普遍采用的多媒体教学手段以外，充分利用现代信息技术手段，利用精品课程的网络平台，利用计算机辅助教学软件、计算机辅助练习系统，提升学生的操作能力。

（3）教学过程中教师应积极引导学生提升职业素养，提高职业道德。

3、教学资源建议

（1）注重实验实训指导书和实验实训标准的开发和应用。

（2）常用课程资源的开发和利用挂图、幻灯片、投影片、录像带、视听光盘、多媒体软件、电子教案等，充分利用这些资源创设形象生动的工作情境，激发学生的学习，促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高资源利用效率。

（3）积极开发和利用网络课程资源。充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网络信息资源，使教学媒体从单一媒体向多种媒体转变；使教学活动从信息的单向传递向双向交互转变；使学生从单独的学习向合作学习转变。

（4）校企合作开发实验实训课程资源。充分利用本行业典型企业的资源，加强校企合作建立校内、校外实训基地，满足学生的实习实训需求，在此过程中进行实验实训课程资源的开发，同时为学生提供就业机会，开创就业渠道。

（5）建立开放式实验实训中心，使之具备职业技能考核、实验实训、现场教学的功能，将教学与培训教材合一、教学与实训合一，满足应用型高等职业教育学生综合职业能力培养的需求。

4、教材的编写和使用建议

（1）打破传统的学科教材模式，以本课程标准为依据进行教材编写。

（2）校企联合编写适合工学结合的教材，教材编写以校企合作、工学结合培养高技能人才的要求为目标，注重能力本位的原则，力求突出“理论够用、重在实操”和“简单明了、方便实用”的特色，内容应具有较强的应用性和针对性，编写的目的主要是为了培养具有良好职业道德、具有一定理论知识、具有较强操作和管理实践能力、具有可持续发展能力的、为企业所欢迎的应用型高等职业教育人才。

（3）通过工作任务的需求，从有利于各专门化课程的学习出发，以够用为度为原则，设定能力目标，能力标准，引入应用型高等职业教育学生所必需的理论知识，加强实际操作能力和管理能力的训练。

（4）教材应图文并茂，提高学生的学习兴趣，加深学生对茶知识的理解与掌握。

（6）建议为教材配置专门的多媒体光盘，以得教学的需要和学生的自学。

5、推荐教材和教学参考书

（1）教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以茶叶基础知识为主线，将各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

（2）推荐教学参考书

《茶学概论》	周巨根，朱永兴主编	中国中医药出版社
《茶学入门》	屠幼英主编	浙江大学出版社
《茶学基础知识》	董学友主编	中央广播电视大学出版社

（3）推荐教学参考网站

中国教育网　http://www.chinaedunet.com/

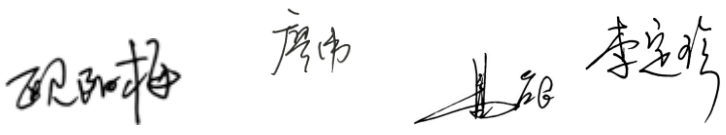
中国茶文化网　http://www.chawh.net/

茶叶网　http://chaye.51rich.net/

六、教学团队

本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发，由欧阳梅老师担任本课程负责人并执笔撰写，茶艺与茶叶营销教研室主任廖伟副教授初审，湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长二审，最终由茶艺与茶叶营销专业教学指导委员会审定。由湖南一品仙茶叶有限公司邓鹏经理、湖南一品仙茶叶有限公司禹明穗茶艺师、湖南省唐羽茶业有限公司刘丽华副总经理、湖南省唐羽茶业有限公司唐盼茶艺师、湖南商务职院技术学院湘茶学院易能院长、湖南商务职院技术学院经贸学院谢虎军副院长组成本课程教学团队。

2021 年 4 月 8 日



湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《茶叶审评技术》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：茶艺与茶文化教研室

联 合 开 发 单 位：湖南省唐羽茶业有限公司

2021 年 4 月

目　录

《茶叶审评技术》课程标准.....252
一、课程信息.....252
二、课程定位.....252
三、课程设计思路.....252
四、课程目标.....253
五、课程内容与要求.....254
六、教学安排.....256
七、教学条件.....257
八、教学方法与考核评价.....257
九、课程资源.....258

《茶叶审评技术》课程标准

一、课程信息

课程代码：

课程名称：茶叶审评技术

授课对象：三年制高职学生

课程性质：岗位核心能力课程

学时学分：128 学时（其中理论 64 学时，实践 64 学时），8 学分

开设学期：第 3-4 学期开设

前导课程：《茶叶商品知识》、《茶文化概论》

后续课程：《评茶员考证》、《茶叶门店销售技巧》

二、课程定位

《茶叶审评技术》是茶艺与茶叶营销专业岗位能力核心课程之一，是获取评茶员职业资格标准必修的核心课程。

通过对该课程的学习，使学生具备符合区域产业特色的茶叶感官审评的理论知识及技术；为学生能够独立完成红茶、绿茶、黑茶的感官品质分析任务奠定扎实的理论基础和具备过硬的实践本领，最终胜任茶叶感官审评技术核心岗位工作。为培养在茶叶生产、加工、销售等岗位上，能够用得上、留得住、有理论、懂技术、能创新、会发展的高端技能型专门人才奠定基础。

三、课程设计思路

1.以评茶员岗位所需的品德、知识和技能为切入点，结合专业校企共育人才的工学结合理念，与企业共建项目任务型课程。

2.立足湖南省茶叶生产加工特色，覆盖东南地区相关茶叶资源，围绕评茶员岗位典型工作任务的需要，参照“评茶员”职业标准要求组织课程内容。

3.调研岗位所需的茶叶感官审评新知识、新技术，融入行业职业资格新标准、新要求，不断优化教学内容。

6.采取直观性、启发式、参与式的教学方法与手段，全面培养学生的自主学习、创造性等综合职业素养。

四、课程目标

1.素质目标

⑴体现积极进取、自主学习的良好习惯

⑵融入热爱岗位工作、乐于奉献的精神

⑶与岗位勤于职守、吃苦耐劳、一丝不苟的态度相结合

⑷贯穿勇于创新、坚持不懈、团结协作的精神

2.知识目标

⑴了解六大茶类的分类方法及基本品质特征

⑵了解各茶类不同品质特征的关键加工工序

⑶了解人类感官的特点及感觉规律

⑷熟悉茶叶感官审评基础知识

⑸掌握名优绿茶和大宗绿茶审评方法及其品质的重要影响因子

⑹掌握红茶审评方法及其品质的重要影响因子

⑺掌握青茶审评方法及其品质的重要影响因子

⑻掌握黑茶审评方法及其品质的重要影响因子

⑼了解评茶术语的定义

⑽熟悉评茶加权计分法和等级判断方法

⑾熟悉茶叶标准、茶叶包装标识

⑿熟悉评茶室建设标准

⒀熟悉称量器具使用

⒁熟悉实验室安全知识

⒂了解《标准化法》《标准化法实施条例》《产品质量法》等相关法律知识

3.能力目标

⑴能够根据实际条件，正确组建标准评茶室

⑵能够正确进行来料验收与样品保管

⑶能够正确制备并使用标准样

⑷能够实施绿、红、青、黑茶的感官鉴别

⑸进行绿茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑹进行白茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑺进行红茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑻进行青茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

⑼进行黑茶审评，并分析样品存在的问题，对生产和销售做出指导

五、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	认识茶和我们的感官	①六大茶类的分类方法及名茶基本品质特征	2	教学活动：通过实物展示的方式引导学生讨论六大茶类的分类方法及名茶基本品质特征，总结形成各茶类不同品质特征的关键加工工序。通过品评实践课程指导学生正确运用人体感官的感觉规律于评茶实践中，识别滋味、香气、色泽以及外观描述。 思政活动：主题讨论“如何调动个人的感官器官来品评茶叶”，引导同学们发觉身边的香气、滋味特征。	教学要求：能正确分析六大茶类的分类方法及名茶基本品质特征，总结形成各茶类不同品质特征的关键加工工序。通过品评实践课程指导学生正确运用人体感官的感觉规律于评茶实践中，识别滋味、香气、色泽以及外观描述。 德育要求：引导同学们发觉身边的香气、滋味特征，做生活的有心人，感受生活中的美好事物，热爱生活。
		②形成各茶类不同品质特征的关键加工工序	2		
		③人体感官形成感觉的机理、特点和规律	2		
		④正确运用人体感官的感觉规律于评茶实践中，识别滋味、香气、色泽以及外观描述。	2		
2	茶叶品质形成机理	①茶叶色、香、味形成机理；	1	教学活动：通过实物讲解茶叶色、香、味形成机理及茶叶品质影响因素；通过品评实训讲解茶叶品质形成机理并训练学生通过品评判断样品种类、名称和基本工艺特点。 思政活动：分享不	教学要求：能运用实物展示、品评、讨论交流等方式对茶叶品质形成机理进行深入分析并掌握不同茶类品质特征及对应的工艺特征。 德育要求：学生应重视生活实践经验和已有的知识
		②茶叶品质的影响因素	1		
		③通过茶叶外形判断样品种类、名称和基本工艺特点。	4		
		④六大茶类的品质特征及关键工序	2		

				同嫩度原料制作绿茶时工艺参数控制及品质呈现之间的关联性。	的学习和理解，并运用这些知识来分析问题和解决问题。
3	评茶室建立和管理	①按照国家标准组建标准评茶室	0.5	教学活动：通过审评室组件实例讲解审评室的专业配备与管理要求；通过课堂展示进一步深化评茶设施的维护、保养工作。 思政活动：由安全用电和防火防爆工作中，引导学生思考安全作业的重要性。	教学要求：掌握评茶室组建的基本要求及环境、设备等要求与组建流程，能够根据给定企业的具体要求组建评茶室。 德育要求：由安全用电和防火防爆工作中，引导学生思考安全作业的重要性。
		②做好评茶设施的管理和准备工作	0.5		
		③做好安全用电和实验室防火防爆工作、评茶设施的维护、保养工作	1		
4	熟悉审评基本方法	①根据来样，准备相应的文字标准（企业、国家、行业或地方标准）和实物标准样能了解来样的规格、茶叶品类、数量	1	教学活动：通过案例讲解、演示等方法讲解样品编号、保管、取样的重要性；通过纠错练习、课程实训讲解、总结不同类型茶叶的审评方法和流程。 思政活动：主题讨论“正确取样的重要性及意义”。	教学要求：掌握样品接收的方法，按“茶取样”的操作规程，从大队样中抽取具有代表性的试样能按统一格式，对样品进行编号、登记、保管；能够根据不同类型茶叶进行审评。 德育要求：树立合规意识，不能损害社会公共利益，影响茶叶品质。
		②按“茶取样”的操作规程，从大队样中抽取具有代表性的试样能按统一格式，对样品进行编号、登记、保管	1		
		③熟悉不同类型茶叶的审评方法和流程	8		
5	茶叶标准	①了解茶叶标准体系的建立和完善流程；	1	教学活动：通过案例分析讲解茶叶标准样的制作，通过实物分析讲解现行标准及不同茶类的标准制定，引导学生根据标准的要求进行茶叶品评。 思政活动：展示、分析并学习知名企业的企业标准。	教学要求：能够根据茶叶标准来判断茶叶品质等级，了解现有的茶叶国家标准和现有的茶叶行业标准。 德育要求：通过学习标杆企业的产品标准、生产标准梳理，树立正确的企业产品标准。
		②了解现有的茶叶国家标准和现有的茶叶行业标准；	1		
		③熟悉茶叶标准样的制作及中国十大名茶的标准	6		
6	认识六大茶类的审评程序	①认识六大茶类的审评因子及权重；	2	教学活动：通过不同茶类的品评实训使同学们掌握不同茶类的审评程序，能根据正确准备不	教学要求：掌握六大茶类的品评因子及审评流程，采用实操+讨论等多种方式掌握六大
		②能根据正确准备不同茶类的审评所需器具	2		
		③熟知不同茶类的评茶程	6		

		序		同茶类的审评所需器具；能够正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。 思政活动：课堂讨论“如何利用茶叶审评方式促进茶叶销售”	茶类的审评程序。 德育要求：培养商业活动中的诚信意识，不捏造并夸大产品质量，不做损害他人商业信誉、商品声誉的事情。
		③正确完成评茶过程，评语记录熟练稳定，评茶计分和等级评定合理准确。	10		
		⑤能够对茶叶品质形成做出分析和指导	18		
7	不同茶类的审评术语	①、掌握通用的茶叶审评术语	2	教学活动：通过多次、反复的实践、实物品评、术语总结、名词解析等方式掌握不同茶类的审评术语。 思政活动：分享茶叶审评术语写作技巧。	教学要求：掌握通用的茶叶审评术语、熟悉不同茶类的专用审评术语及其含义，会辨别不同茶类的品质弊病及描述术语。 德育要求：学习标杆经验，做到既不盲从也不过于谨慎，学会有计划、有预备、有思路、有步骤地做事。
		②熟悉不同茶类的专用审评术语及其含义	12		
		③熟悉不同茶品质弊病描述术语	4		
		④熟悉书写六大茶类的审评术语	24		

六、教学安排

依据课程教学内容标准，整合成 7 个教学项目，要求学生完成教学项目所规定的学习任务（见表 2）。

表 2　教学内容

项目编号	教学项目	教学时数		
		理论	实践	小计
1	认识茶和我们的感官	4	4	8
2	茶叶品质形成机理	4	4	8
3	评茶室建立和管理	2	0	2
4	熟悉审评基本方法	4	6	10
5	茶叶标准	4	4	8
6	认识六大茶类的审评程序	12	14	26
7	不同茶类的审评术语	12	12	24
10	综合实训	0	20	20
11	阶段测试	0	10	10

12	机动	0	8	8
13	考核	0	4	4
合计		42	86	128

七、教学条件

㈠校内实训条件

1.茶叶加工实训室：有扁形、卷曲形、条形（毛峰）名优绿茶清洁化加工设备至少一套；工夫红茶加工设备及用具一套；可开展青茶、黑茶、白茶、黄茶等加工关键工序与茶叶品质相关性研究；满足工位数不少于 50 个。

2.茶叶审评实训室：有审评杯、碗等用具不少于 50 套；同时满足 50 人以上进行评茶程序、茶叶品质评定与分析等单项技能的训练。

3.农产品检测实训室：有马弗炉、水浴锅、烘箱、紫外可见分光光度计、分样器、振动筛、高速离心机、粉碎机等实验实训设备，能满足学生开展各项实训操作。

㈡校外实训条件

茶叶生茶加工企业：距离学校较近、至少可同时容纳 20 人进行现场教学；拥有先进的茶叶加工设备、标准评茶室、检验室，可进行绿茶、红茶等基本茶类的加工、审评和检测，有茶叶加工技术骨干、质量管理骨干、优秀的车间管理人员参与课程教学指导。

㈢教学团队

课程需教学团队成员 3-4 人，其中企业兼职教师不少于 2 人。专任教师应具有 1 年相关企业挂职实践经历，其中主讲教师需具备硕士研究生以上学历，校内实训指导教师和企业兼职教师应具备高级评茶员职业资格，且校外兼职教师需具有茶叶质量审评的指导能力及茶叶加工经验 3 年以上，授课总学时数不低于 36 学时。

八、教学方法与考核评价

㈠教学方法

课程教学采取以“启发引导为主、教师讲授为辅”教学方法体系，在具体实施过程中，主要选用案例教学、视频播放、图片展示教学、模拟情景教学、现场

教学等直观教学方法，并灵活选用讨论法、学生讲授与演示等启发式、参与式教学方法，辅以多媒体、网络教学手段等。

㈡考核评价

1.考核评价形式及方法

⑴课程注重学生学习态度、课堂表现、课业完成情况、单项技能操作以及学生学习结果各方面综合考核评价，采取过程考核与终结性考试相结合原则。

⑵理论性考核选取口试或闭卷考试的形式，其中闭卷考试采取教考分离、试题库抽题考核的方法。

⑶技能性考核采取现场操作形式，现场操作由学生分组进行。

2.考核评价要求

⑴参加课程技能竞赛获省级以上奖项，以及提前获取中级以上评茶员职业资格证的学生，可以申请免考。

⑵监考人员不少于 2 人一组，严格按照学校有关考风考纪的要求执行。

④ 考核结果评定

本课程技能考核采用形成性考核方式，形成性考核结果 100% = 平时成绩 20%+技能考试 30%+理论考试 50%。

⑴平时成绩由

学习态度考核：由任课教师根据学生理论与技能学习的出勤情况、学习态度以及课堂表现等情况，采用百分制打分，其中考勤占 30%，学习表现占 70%。

课业考核：学生分组完成每个教学项目模块的能力拓展课业，对课业实施的过程及结果采取百分制打分，其中师评占 40%、小组互评占 30%、学生自评占 30%。

⑶理论（知识）考试：采取百分制命题，其中理论教学项目重点占 80%，难点占 20%。具体题型及考核要求按照专业教学理论考核标准执行。

⑷技能（实践）考试：采取百分制命题，按照技能教学项目要求进行命题，考核项目不少于 3 个，其中教学重点不少于 80%。

九、课程资源

㈠相关网站

中国知网（http://www.cnki.net/）

食品伙伴网（http://www.foodmate.net/）

中国茶网（http://www.zgchawang.com/）

㈡相关标准

GB/T 23776-2009 茶叶感官审评方法

GB/T 14487-2008 茶叶感官审评术语

GB/T 18797-2002 茶叶感官审评室基本条件

SN/T 0917-2010 进出口茶叶品质感官审评方法

NY/T 787-2004 茶叶感官审评通用方法

㈢教材选用

《茶叶审评与检验》十二五规划教材，农艳芳主编

㈣参考书

[1]茶经(彩色珍藏本).陆羽,范伟.中国画报出版社. 2011-09 出版

[2]品茶图鉴:214 种茶叶、茶汤、叶底原色图片).陈宗懋,俞永明,梁国彪,周智修.黄山书社.2009-07 出版

[3]茶叶鉴赏.王同和.中国科学技术大学出版社.2008-05 出版

[4]评茶员.王庆主编,姜红艳,申卫伟编写.2012

补充说明

1、本课程标准由茶艺与茶叶营销教研室专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔：

4、初审：

5、二审：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 15 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《茶叶销售技巧》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：茶艺与茶文化教研室

联 合 开 发 单 位：一品仙有机茶业有限公司

2021 年 4 月

目　录

《茶叶销售技巧》课程标准..... 262
一、课程性质..... 262
二、课程目标..... 262
（一）总体目标..... 262
（二）具体目标..... 263
三、课程内容与要求..... 264
四、课程考核..... 268
五、实施建议..... 270
（一）各教学环节学时分配建议..... 270
（二）教学建议..... 271
（三）推荐教材和教学参考书..... 272
六、说明..... 273

《茶叶销售技巧》课程标准

课程代码：0104247

课程名称：茶叶销售技巧

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：22 学时　　实践学时：26 学时

学　　分：3 学分

适用专业：茶艺与茶文化

先修课程：《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《商务礼仪》、《中华茶文化》、《茶艺服务与技巧》

后修课程：《广告实务》、《新媒体营销》

开课部门：茶学院

一、课程性质

本课程是一门介绍茶叶店面销售技巧的课程。通过对本门课程的学习，使学生在了解茶叶店面销售技巧的基础上，能够掌握和运用茶叶销售的技巧来销售茶叶，具备茶叶店面销售人员的销售技能。

本课程是茶艺与茶叶营销专业的专业核心课，同时也是理论性与实践性均较强的一门综合性课程，教学中要求理论必须与实践密切结合。

通过本门课程的学习，使学生对茶叶店面销售工作有一个比较全面的认识，并为进一步学习茶叶销售知识、进行茶叶店面销售技巧实务操作打下一个良好的基础。

二、课程目标

（一）总体目标

1、通过工学结合、校企合作方式培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力。

2、使学生掌握采购管理的基本知识与能力，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力。

3、通过理论、实践相结合的教学方式，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有采购管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型连锁经营与管理专门人才，以适应市场对连锁经营与管理人才的需求。

（二）具体目标

1、德育目标

（1）培养学生坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）培养学生正确的世界观、人生观和价值观；

（3）培养学生“心忧天下、敢为人先、经世致用、兼容并蓄、实事求是”的湖湘文化底蕴，树立厚德崇商思想；

（4）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格，对企业、顾客和竞争对手遵循职业道德；

（5）培养学生正确的工作态度，坚守职业初心，扎实基层工作。

2、知识目标

（1）了解茶叶门店销售工作

（2）掌握茶叶门店销售的基本礼仪

（3）了解茶叶销售的主要流程

3、能力目标

（1）掌握接近顾客的技巧

（2）掌握开场的技巧

（3）掌握沟通的技巧

（4）掌握洽谈的技巧

（5）掌握处理顾客异议的技巧

（6）掌握促成交易的技巧

（7）掌握顾客服务的技巧

4、素质目标

（1）具备良好的服务意识；

（2）具备良好的职业道德；

（3）具备吃苦耐劳的意志品质。

三、课程内容与要求

编号	学习内容（情境）			课时	活动设计	要求
1	项目一 认识茶叶店面销售	认识茶叶店、茶叶店工作岗位和要求、茶叶店面销售工作、茶叶店面销售基本礼仪。	任务 1：认识茶叶店面	2	**教学活动：**1、通过视频资料了解产业店面布局 2、通过课堂模拟，让学生纠正销售服务中错误的销售礼仪； 3、通过茶叶门店销售人员演示，让学生了解茶叶销售的基本流程和主要工作。 **思政活动：**如何认识工作要从基层做起？	**教学要求：**1.了解茶叶店的作用和发展趋势。 2.了解茶叶店销售工作的性养和流程 **任务要求：**能够用正确地礼仪接待顾客 **思政要求：**学生通过学习要认识到任何工作都是从基层做起，要能够坚守职业初心，不好高骛远，踏踏实实夯实基层，才能不断进步。
			任务 2：茶叶店面销售礼仪：	2		
2	项目二 销售接近	接近顾客的准备、如何开场接近顾客	分任务 1：接近的顾客的准备	2	**教学活动设计：**1、情景模拟，角色扮演，运用开场技巧，获得顾客好感。 2、给定产品，编写推销方案。 **思政活动：**如何真实推荐自己，赞美顾客	**教学要求：**1 掌握顾客入店的开场技巧 2.掌握成功接近顾客的技巧

			分任务 2：开场的技巧	4		**任务要求：**1、能够在销售之前编写推销方案。 2、能够根据不同顾客，不同场景选择不能技巧接近顾客。 **思政要求：**利用合法且巧妙的方法接近顾客，不卑不亢。
3	项目三 销售沟通	与顾客沟通的语言技巧、激发购买欲望的技巧、询问技巧	分任务 1：沟通语言技巧	2	**教学活动设计：**情景模拟，角色扮演，设置不同场景，让学生用所学的销售方法引起消费者对茶品茶品的兴趣。 **思政活动：**在沟通过程中如何正确处理送礼这个问题？	**教学要求：**掌握销通中的语言技巧，掌握菲比模式的基本内容。 **任务要求：**能够灵活运用各种沟通技巧与顾客有效沟通，激发顾客的购买欲望。 **思政要求：**在与顾客沟通过程中要做的诚实守信，不夸大产品功能，隐瞒产品不足，与顾客坦诚相待。
			分任务 2：激发购买欲望的技巧	4		
			分任务 3：询问技巧	2		

4	项目四 处理异议	处理反对问题、不满问题、价格问题等异议	分任务 1：处理反对问题的技巧	4	**教学活动设计：**情景模拟，角色扮演，再现销售过程中顾客提出异议的场景，让学生分析产生异议的原因，并提出解决方案。 **思政活动：**在处理异议中如何体现个人修养。	**教学要求：**理解顾客产生异议的原因，掌握处理异议的方法。 **任务要求：**能够灵活运用各种技巧处理各种顾客异议 **思政要求：**在处理顾客异议过程中能够换位思考，并基于事实处理异议，并展现良好的个人素质。
			分任务 2：处理顾客不满的技巧	4		
			分任务 3：处理价格问题的技巧	4		

5	项目五 促成交易	促成交易和良好互动	任务 1：促成交易的技巧	4	**教学活动设计：**通过视频资料，让学生从中捕捉成交信号，并运用促成交易的技巧达成交易。 **思政活动：**促成交易中如何做到有理有节，不因为了成交而放弃原则。	**教学要求：**掌握促成交易的技巧 **任务要求：**能准确判断成交信号，发出及时成交的邀请，最后促成交易，与顾可经常保持良好互动 **思政要求：**利用合法、合理的手段达成交易，实现顾客与企业利益最大化。
			任务 2：顾客良好互动的技巧	4		
6	项目六 顾客管理与服务	开发新顾客、维护老顾客和处理顾客投诉	分任务 1：开发新顾客的技巧	4	**教学活动设计：**1、头脑风暴法，创意新的开发客户的方法与技巧； 2、通过情景模拟，如何处理顾客投诉； 3、经验分享，自己在生活中碰到哪些维护客户的方法让你记忆深刻。 **思政活动：**如何看待开发新顾客过程中隐私泄露与保护的问题？	**教学要求：**掌握开发新顾客、维护老顾客、顾客投诉的技巧。 **任务要求：**能够对茶叶店的顾客做好管理和服务，建立顾客档案，做到新顾客变成老顾客，老顾客成为终生顾客；会处理顾客投诉问题。 **思政要求：**开发新客过程中要遵守法律，坚守道德底线。
			分任务 2：维护老顾客的技巧	4		
			分任务 3：处理顾客投诉的技巧	4		

四、课程考核

考核是评价教学效果、检查学生能力、推动教学改革的有效途径，我们主要考核学生的三个方面：知识能力、职业技能和职业素养。

通过项目执行过程评价考核学生自主学习、团队合作、工作态度、清洁卫生等职业素养；通过教学项目成果的考核，按照茶叶店面销售流程诊断与优化的过程进行考核，考核学生的职业技能；通过考核茶叶店面销售的一些技术方法、规范、原则标准，来考核学生的知识能力，从而通过考核全面促进学生综合素质和能力培养。

其中知识能力 40%、职业技能 40%、职业素养 20%。改变了原来一张试卷定成绩的考核方式。

（一）成绩构成：

课程考核由平时成绩、期末考试和实践操作三部分组成。

（二）考核内容：

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

（三）考核方案：考核内容、标准与方式：

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式（表 2），理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末 课程考核成绩的各部分分值比重为：

1、平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2、实践操作 40％

实践操作指在课堂中发布的小组任务，并设计了内容细化的项目考核评价表，包括：任务完成（65％）、学习态度（20％）、总结表达（10％）、团队合作（10％），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核。

具体方案见下表。

3.期末考核占总成绩的 50%。

采用技能抽查标准中茶叶推销模块在学习通题库抽查的考核方式，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为上机考试。考试时间 120 分钟，其中茶叶推销评价标准见表 1 所示。

表 1 茶叶推销考核评价标准

评价内容			权重	评价标准	注备
职业素养（20分）	职业道德		5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本任务记 0 分。
	职业能力		7	具有的充分的自信和较高的专业水平,有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的茶叶知识和清晰的表达能力，能准确把握茶叶的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪		8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案（40分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	销售主题	3	主题明确（依据背景材料）	
		销售对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		销售时间	2	测试时间当天	
		销售地点	2	结合背景材料自定	
		销售背景与目的	5	结合背景材料及茶叶特点阐述推销目的	
		销售实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推销演示（40分）	推销开场（5 分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25 分）		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍茶叶特点；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	

	推销结束（10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会 促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
小计		100		

表 2　综合考核评价表

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	36、　基本任务完成情况； 37、　小组协作情况； 38、　职业素养的能力； 39、　每次实训总结。	依据老师评价方式	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题 论述题	考试	50%

五、实施建议

（一）各教学环节学时分配建议

本课程建议学时 48 学时，其中理论学时 28，实践学时 20，建议第 5 学期开设，。教学学时分配建议如下表所示。

教学单元	理论学时	实践学时	合计
认识茶叶店面销售	2	2	4
销售接近	2	4	6
销售沟通	4	4	8
处理顾客异议	6	6	12
促成交易	4	4	8
顾客管理与服务	6	6	12
合计	22	26	48

（二）教学建议

以调动学生积极性为核心，以实践教学为主线，多种教学方法并用，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练。

1、教学方法多样化

（1）任务驱动法

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行，学生在教师的引导下开展探究性学习，通过参与任务解决的过程，实现学生主动学习，学与做相结合。

（2）情景教学法

根据学生的特点和心理特征，以及企业广告策划的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。

（3）角色扮演法

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

（4）其他教学方法

除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善以参与式、体验式、交互式和模拟教学等实践教学为基本形式的多种方法。

①头脑风暴法。针对讲授中、案例中、学生身边提出的问题，由学生应用所学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

②案例分析。案例分析是教学联系实际的特色形式，本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。

③网络冲浪。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解目标企业的广告，搜集最新广告信息，学习广告最新知识，思考与分析现实问题。

（2）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段增加课堂信息量，提高课堂教学效率，提高教学的有效性。

（3）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 6-8 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟训练。

（4）主讲老师要求：任课教师应具有扎实理论茶学与营销基础和一定的销售实践经验

（三）推荐教材和教学参考书

1、教学资料选取原则

贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，将理论与实践一体化教学落到实处，以茶叶店面销售技巧流程为主线，将茶叶店面销售各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2、推荐教学参考书

①《店铺销售技巧》　　高彩凤主编　中国发展出版社

②《茶叶应该这样卖(中国茶叶销售实战培训图书)》 戴高诺 中国经济出版社

3、推荐教学参考网站

中国教育网 http://www.chinaedunet.com/

茶叶营销网 http://cha.cmmo.cn

茶叶销售网 http://www.cyxsmh.com/

（四）校内外实践教学条件利用（或开发）建议

1、校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶艺与茶文化专业教室完成

2、校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由茶艺与茶文化专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、修订：

5、初审（教研室主任或专业带头人）：

6、二审（二级学院、教学部负责人）：

7、审定：

日期： 2021 年 4 月 9 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《茶艺服务与技巧》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：茶艺与茶文化教研室

联 合 开 发 单 位：湖南省鹰羽茶业有限公司

2021 年 4 月

目　录

《茶艺服务与技巧》课程标准.....276
一、课程性质.....276
二、课程目标.....276
三、课程内容与要求.....278
四、课程考核.....281
五、实施建议.....281
六、教学团队.....282

《茶艺服务与技巧》课程标准

课程代码：待定

课程名称：茶艺服务与技巧

课程类别：理论+实践

总 学 时：56 学时　　理论学时：28 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：3.5 学分

适用专业：茶艺与茶文化

先修课程：《中华茶文化》

后修课程：《茶叶审评》、《茶席设计与茶会组织》、《茶艺插花》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是茶艺与茶业营销专业开设的一门专业基础课程。本课程通过课堂讲解、技能训练、观看影像资料等活动组织教学，采用教、学、练三者结合以练为主的教学方式。通过学习，学生可以进一步了解茶技茶艺、茶风茶俗、茶具茶事等活动。为《茶席设计》,《茶会活动策划》等后续课程做理论准备。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，本课程的教学目标是通过项目教学，让学生了解中国的茶文化，熟悉茶叶知识，掌握玻璃、盖碗、紫砂壶三套基本的茶艺技能；完善专业知识结构，提高自身修养和欣赏水平。

二）具体目标

德育目标	知识目标	方法能力目标	素质目标
1 .增强民族自信、文化自信的信念。 2.培养对中国传统文化的热爱。 3.注重个人道德修养的提升。 4.培养爱岗敬业的职业精神 5.培养精益求精，夯实技能的“工匠精神”	1 .了解中国茶文化的起源与发展 2.了解茶叶的分类、特点、功效 3.熟悉常用的茶具及正确的使用方法 4.了解茶艺服务人员基本的职业素质与职业能力 5.掌握不同茶类的茶艺服务技术	1 .能进行我国主要茶类的冲泡和品饮 2.能向客人介绍茶的起源、发展和相关故事传说 3.能够分辨六大茶类 4. 能够根据不同的茶叶选择相应的冲泡和品饮茶具 5.能够进行席间茶水茶点服务 6.熟练掌握茶艺基本流程	1.具有规则意识 2.具有良好的职业素养和气质 3.具有团队合作意识 4.具有良好的身体素质和心理素质

三、课程内容与要求

课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	课时	活动设计	要求
1	茶叶分类与识别	（1）茶文化的起源与发展	2	**课程设计：**通过视频、图片等方式了解，学生通过认知实训亲自参与茶叶制作过程 **思政设计**：讲述茶文化对外传播的路径，为中国是世界茶的故乡而骄傲。	**教学要求：**掌握茶文化起源和发展的轨迹；掌握不同茶类的制作和加工技术，熟悉不同加工步骤的作用；能熟悉六大茶类的特征。 **任务要求：**能够分辨六大茶类的特点，认识六大茶类中的名茶。 **思政要求：** 理解中国茶文化对世界文化发展的贡献。
		（2）茶叶的制作与分类	2		
		（3）名茶的欣赏和相关故事传说	2		
		（4）我国六大茶类代表名茶的赏鉴与品饮	2		
2	茶具分类与组合	常见茶具的名称和功能介绍。	4	**课程设计：**实物展示，图片，视频介绍了解常用茶具 **思政设计：**通过对茶器的认识再次体会中国文化的博大精深。	**教学要求：**掌握常见的饮茶用具的名称及功用 **任务要求：**能进行不同品茗环境下的茶具组合。 **思政要求：**能够从茶具历史发展中发现中华文化的博大精深。
3	品茗用水与茶	（1）茶叶冲泡对水的要求	2	**课堂设计：**通过使用不同的水，自来水，纯净水，	**教学要求：**掌握水与茶汤质量之间的关系，掌握茶的保

	保健	（2）茶的相关保健知识	2	井水等泡茶让学生进行分辨和理解 **思政设计：**能够实事求是地分析茶的保健作用，真实真诚地推荐茶品。	健功效 **任务要求：**能够根据分辨不同的水冲泡的茶汤；能够根据不同体质的人推荐茶品。 **思政要求：**真实、真诚、客观评价茶的保健作用。
4	玻璃杯冲泡法	（2）综合掌握绿茶玻璃杯冲泡的三种方法	2	**课堂设计：**通过演示，学生实操，拍摄操作视频发到学习通群聊，纠正错误 **思政设计：**通过视频观看茶艺大师的操作与细节处理，注重培养工匠精神和一丝不苟的工作作风。	**教学要求：**掌握绿茶的基本特征，熟悉绿茶名品的特征。 **任务要求：**能根据不同茶类的要求来正确选择并熟练运用不同的玻璃杯冲泡法来冲泡茶叶；能描述冲泡流程；介绍茶汤的口味与风格特点 **思政要求：**客观、公正地评价某一款绿茶
		（2）能熟记三种方法的冲泡流程及代表茶叶的特征。	2		
		（3）玻璃杯绿茶冲泡法训练	4		
		（4）阶段性考核	2		
5	盖碗冲泡法	（1）掌握红茶盖碗的冲泡技巧；	2	课堂设计：通过演示，学生实操，拍摄操作视频发到学习通群聊，纠正错误 思政设计：通过视频观看茶艺大师的操作与细节处理，注重培养工匠精神和一丝不苟的工作作风。	**教学要求：**掌握红茶的基本特征，熟悉红茶名品的特征。 任务要求：能熟练运用盖碗冲泡以红茶为代表的茶，并能描述冲泡流程，介绍茶汤的口味与风格特点。 思政要求：客观、公正地评价某一款红茶
		（2）能熟记冲泡流程及代表茶叶的特征。	2		
		（3）实操训练	4		
		（4）阶段性考核	2		
6	紫砂壶冲泡法	（1）乌龙茶紫砂壶的冲泡技巧；	2	课堂设计：通过演示，学生实操，拍摄操作视频发到学棋学习通群聊，纠正	**教学要求：**掌握乌龙茶的基本特征，熟悉乌龙茶名品的特征。
		（2）能熟记冲泡流程及代表茶叶的特征。	2		

		（3）实操训练	4	错误 思政设计：通过视频观看茶艺大师的操作与细节处理，注重培养工匠精神和一丝不苟的工作作风。	**任务要求：**能熟练运用紫砂壶冲泡以安溪铁观音茶为代表的乌龙茶，并能描述冲泡流程，介绍茶汤的口味与风格特点。 **思政要求：**客观、公正地评价某一款乌龙茶
		（4）阶段性考核	2		
7	茶艺的综合运用	（1）创新茶艺主题选择与提炼	2	**课堂设计：**通过创新创意的视频，让学生进行分析，解释作品的主题，茶具如何搭配运用等。 **思政设计：**能够发现创新茶艺作品中的正能量的美好	**教学要求：**掌握创新茶艺主题提炼的方法，掌握创新茶艺中器具、服装、道具以及背景音乐的运用技巧。 **任务要求：**能根据主题进行创行茶艺创作。 **思政要求：**能够在创新茶艺作品中表现新风尚、新理念以及弘扬正气、宣传政策等等内容
		（2）创新茶艺中器具运用	2		
		（3）创新茶艺中服装、道具运用	2		
		（4）创新茶艺中背景音乐选择	2		
		（5）创新茶艺编排	2		

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）实践操作（30%）

其中：茶叶识别（15%），茶具分类与组合（10%），品茗用水与茶保健（15%），玻璃杯冲泡法（20%），盖碗冲泡法（20%），紫砂壶冲泡法（20%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用操作考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为实操。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第一学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	茶叶分类与识别	2	6	8
2	茶具分类与组合	2	2	4
3	品茗用水与茶保健	2	2	4
4	玻璃杯冲泡法	2	8	10
5	盖碗冲泡法	2	8	10
6	紫砂壶冲泡法	2	8	10
7	茶艺的综合运用	2	8	10
合计		14	42	56

2、教学建议

（1）教学方法主要采用校内多媒体教学、课堂情景模拟、讲授法、演示法、引导自学法、视频教学法等。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组合作讨论、操作，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）本课程的任课教师由校内专任教师与企业兼职教师共同组成。校内专任教师要求具有较强的理论知识与实践经验，讲师以上职称，有企业挂职经历；企业兼职教师要求有三年以上茶室经营和管理经验，在茶行有良好的声誉和一定的影响力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《茶艺服务与管理》 叶宏,钟真 华中科技大学出版社

（2）参考书

《茶艺师培训教材》江用文，童启庆，金盾出版社

《国家职业技能等级认定培训教材——茶艺师 》， 中国劳动社会保障出版社

（3）参考网络资源

http://www.icve.com.cn/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶文化教室完成

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、教学团队

本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发，由廖伟副教授担任本课程负责人并执笔撰写，湖南商务职院技术学院茶学院易能院长审核，最终由茶艺与茶叶营销专业教学指导委员会审定。由湖南一品仙茶叶有限公司邓鹏经理、湖南一品仙茶叶有限公司禹明穗茶艺师、湖南省唐羽茶业有限公司刘丽华副总经理、湖南省唐羽茶业有限公司唐盼茶艺师、湖南商务

职院技术学院茶学院易能院长、湖南商务职院技术学院经贸学院茶学院谢虎军副书记组成本课程教学团队。

2020 年 6 月 8 日



湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《中华茶文化》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：茶艺与茶文化教研室

联 合 开 发 单 位：一品仙有机茶业有限公司

2021 年 4 月

目　录

《中华茶文化》课程标准..... 286
一、课程性质..... 286
二、课程目标..... 286
三、课程内容与要求..... 288
四、课程考核..... 291
五、实施建议..... 292
六、　说明..... 293

《中华茶文化》课程标准

课程代码：

课程名称：中华茶文化

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：30 学时　　实践学时：18 学时

学　　分：3 学分

适用专业：茶艺与茶文化专业

先修课程：无

后修课程：《茶艺服务与技巧》《茶叶审评技术》《茶席设计与茶会组织》

开课部门：茶学院

一、课程性质

本门课程是茶艺与茶叶营销专业开设的一门专业核心课程。本课程通过课堂讲解、技能训练、观看影像资料等活动组织教学，采用教、学、练三者结合，注重学生实操的教学方式。通过学习，使高职学生掌握系统的茶文化知识，具备茶文化传播、应用和创新的能力，对学习和实践其他茶叶专业课程具有直接的指导意义。为《茶艺服务与技巧》、《茶叶审评技术》、《茶席设计与茶会组织》等后续课程做理论准备。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解我国博大精深的茶文化，熟悉茶文化发展概况，掌握茶叶的发祥地、我国茶叶的分类和识别、茶文化的传播途径、茶与文学艺术以及国内外的饮茶习俗等知识，具备六大茶类的识别技能、品评技能、鉴赏茶文学作品等基本技能，完善专业知识结构，提高自身修养和欣赏水平。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生善于沟通、合作和交流的团队精神；

（2）培养学生形成正确的传统文化学习观；

（3）培养学生重视专业素养的提高；

（4）培养学生尊重和珍惜劳动者劳动成果的意识；

（5）培养学生良好的茶行业职业道德以及社会责任心；

（6）培养学生重视动手能力的锻炼。

2.知识目标

（1）通晓茶文化的概念、形成及发展。

（2）了解茶文化的内涵、特点和作用。

（3）掌握中国茶及茶文化的传播。

（4）掌握茶叶的分类、识别和品评。

（5）掌握茶叶中的主要化学成分，茶叶的健康保健作用。

（6）了解茶的法律制度、茶与宗教的关系。

（7）掌握茶叶冲泡的基本知识。

（8）了解中华茶文化的核心—茶道

（9）了解茶与诗词、小说、歌舞、绘画、典故的知识。

（10）掌握国内外的饮茶习俗。

（11）了解茶与旅游、茶馆文化、茶叶展览、茶文化发展等内容。

3.能力目标

（1）能充分理解并表述我国茶文化的内涵及茶文化发展历史。

（2）能熟练识别六大茶类和鉴别主要名优茶。

（3）掌握茶叶冲泡中选具和择水、茶叶准备及泡茶三要素控制的技能。

（4）能讲解茶叶的品评要点、学会茶叶的贮藏保管。

（5）能记住有名的茶诗词，学会创作茶诗词。

（6）能讲解茶叶中主要化学成分对茶叶加工、品质的影响以及主要化学成分的医疗保健功效。

（7）掌握擂茶的制作方法、宋代点茶的方法以及各种茶文化元素的应用。

4.素质目标

（1）具有学习中国传统文化的学习兴趣和热情。

（2）具有良好的人文素养和气质。

（3）具有团队合作创新意识。

（4）具有吃苦耐劳的精神。

（5）具有强烈的民族自豪感。

（6）具有良好的身体素质和心理素质。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	茶文化概述	①茶文化的内涵 文化、广义的茶文化、狭义的茶文化、茶文化的内容 ②茶文化的特点 民族性、社会性、区域性、群众性、广泛性 ③茶文化的社会功能 稳定和谐功能、健康休闲功能、廉政教育功能、审美欣赏功能	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解茶文化的特点。 ②案例分析：不同地区或时期茶文化呈现的一些具体特征。 **思政活动**：①讨论学茶对我们有什么帮助。	**教学要求**：①掌握茶文化的概念。 ②了解茶文化的特点和功能。 ③知道茶文化的主要内容 **德育要求**：①了解学习传统文化对当代人的重要性。
2	中国茶文化史	①茶的起源与影响 茶字含义、我国是茶叶的祖国、茶种茶属及野生大茶树、茶对世界的影响 ②“茶”字、“茶”音及其演变 古代茶字的写法、我国各地区茶的发音、国外茶字的发音	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解中国茶文化发展史。 ②课堂讨论：分小组完成任务，有关中国茶的传播整理一条清晰完整的思路并进行讲解。 **思政活动**：①用笔在纸上写出代表“茶”这个意思的其他字，思考是不是很多字都已经陌生，只会读不会写了。 ②谈论茶起源于中国，给我们增添的文化自信。	**教学要求**：①掌握古代茶字的主要写法。 ②知道为什么我国西南地区是茶的发源地。 ③了解茶的起源，掌握我国饮茶起源与发展 ④了解中国茶文化的形成和发展 ⑤知道中国茶叶如何传播 **德育要求**：①要有探索、求真精神，领会“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”。
		③饮茶起源及茶文化发展 茶叶从食用、药用到饮用的演变、中国茶文化的形成和发展 ④中国茶的传播 传入日本、印度、斯里兰卡、朝鲜半岛、苏联、东南亚、非洲、美洲	2		
3	茶叶分类知识	①我国茶区的分布 我国四大茶区及边界、产茶县、面积、产量等	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解相关知识	**教学要求**：①掌握我国四大茶区及面积产量等 ②熟悉当前我国茶叶产销

		②我国茶叶产销状况 生产、销售情况		②通过茶叶样品展示使学生掌握各类茶的外形特征 ③通过让学生品饮，初步体验不同茶的滋味 **思政活动**：①需要达到怎样的要求才能评为名茶，同时思考我们作为茶事业接班人的重任是什么。	状况 ③掌握六大茶类及分类的依据 4、了解我国主要名茶的种类 **德育要求**：①要科学严谨对待茶叶的分类及加工工艺，对“工匠精神”有进一步认识。
		③茶叶分类及花色品种 六大基本茶类、茶叶分类的依据、茶叶分类的方法、再加工茶类	2		
		④名茶欣赏 西湖龙井、黄山毛峰、铁观音、碧螺春、君山银针、祁门红茶、武夷岩茶等			
4	茶与健康	①茶叶中的主要化学成分 茶多酚、茶氨酸、咖啡碱等特征性成份、与茶叶品质有关的十一大类化学成分 茶叶的主要生理和药理功效	2	**教学活动**：①通过视频、图片、研究资料、小组讨论等方式了解茶与健康知识。 ②给家人列个饮茶计划表。 **思政活动**：①生活中可以从给家人、朋友合理选茶，做一个懂得关心他人的人。	**教学要求**：①熟练茶叶中的化学成分 ②掌握茶叶中特征性的化学成分 ③掌握茶叶的主要保健功效 4、了解我国古代书籍所记载的茶叶功效 5、掌握科学饮茶方法 **德育要求**：①从合理选茶中懂得要尊重科学及灵活变通，不可照搬照抄。
		②茶的药用成分与营养成分			
		③茶叶的药理保健功能 古藉论茶、近代论述			
		④科学饮茶 合理选茶、科学冲泡和品饮			
5	茶与社会	①茶政与茶法 茶税、茶法、茶马交易、贡茶制度	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解茶与社会知识。 ②通过案例分析使学生加深对茶馆文化、茶与旅游的理解。 ③学生分小组进行讨论，整理一条特色茶旅路线并进行情景模拟。 **思政活动**：①思考茶为什么和宗教息息相关。	**教学要求**：①了解我国古代主要茶叶制度。 ②掌握我国的茶道核心思想。 ③了解茶与宗教的关系。 4、掌握我国茶道的演变 5、了解我国茶馆文化。 6、熟悉茶与旅游的关系。 **德育要求**：①结合茶道精神，反思下自身还需要沉淀和改进的地方。
		②茶与宗教哲学 茶文化与儒家思想、茶与佛教、茶与道家思想			
		③中华茶文化的核心—茶道			
		④茶馆文化 茶馆文化的沿革、现代茶馆经营特色、现代茶馆的功能演变、特色茶馆	2		
		⑤茶与旅游 茶文化旅游特性、茶文化旅游资源、茶文化旅游的开发要求			
6	茶叶冲泡艺术	①茶具的选配 茶具的历史与演变、茶具的种类与选用、紫砂壶的鉴赏 ②茶叶准备 茶叶的种类、茶叶的形状、	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解茶具选配和泡茶用水知识。 ②通过进行不同水	**教学要求**：①掌握茶具选配的技能。 ②掌握泡茶用水的选择。 ③熟练茶叶的品种及特性。

		茶叶的储藏保管		温、不同冲泡时间、不同茶水比例冲泡演示及实操，使学生掌握泡茶三要素。 **思政活动**：①讨论泡茶用水和泡茶三要素得结论书本上已有，为什么我们还要再动手操作。	④掌握盖碗冲泡方法及泡茶的三要素。 **德育要求**：①具备勤劳动手的意识，养成良好习惯，明白自己亲身体验过的事情印象最为深刻。
		③泡茶用水 古代论水及水品、山泉水、江河湖水、雨水、雪水、井水、自来水等	2		
		④泡茶的三要素 泡茶水温、茶水比、冲泡时间与次数	2		
7	茶叶品饮艺术	①茶叶的鉴赏及品评要素 茶叶的外形鉴赏（形状、颜色、净度、匀整度、光泽度）、茶叶的内质品味（香气、滋味）、叶底	2	**教学活动**：①四人一组进行茶叶品评实训，使学生初步掌握茶叶审评方法及不同茶类的品质特点。 **思政活动**：①讨论思考古人对品茗环境的考究，想想我们要如何能更好地生活。	**教学要求**：①掌握茶叶的色香味形品质特点 ②学会外形的鉴赏和内质的品味了解六大茶类的品质特点 ③学会使用茶叶审评用具及方法 4、了解品茗环境的要求 **德育要求**：①培养自身对美的鉴赏和追求，懂得如何平衡学习、工作与生活。
		②茶叶审评的基本方法及操作 ③品茗环境 古人论品茗环境、茶室环境、如何营造品茗环境	2		
8	茶与文学艺术	①茶与诗词、茶与对联、谚语	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解茶与文学艺术知识。 ②进行茶经解析，学生先分享，老师再进行补充和点评。 **思政活动**：①品读文学作品中写到的和“茶”相关之处，思考茶在人们眼中的象征意义。	**教学要求**：①能背诵几首著名茶诗 了解描写茶的小说、散文 ②掌握有名的茶对联和谚语 ③了解茶歌舞与绘画 7、学会一些茶的典故 8、掌握《茶经》的主要内容 **德育要求**：①培养课前主动学习的习惯，并将自己查找、思考的成果学会和大家分享，也要带着问题去听别人的分析，做真诚的点评。
		②茶与歌舞、茶与绘画、茶与典故	2		
		③茶与辞赋、散文、茶与小说	2		
		④《茶经》解析	4		
9	我国的饮茶习俗	①茶与婚俗、祭祀等 我国古代茶与婚俗、茶与祭祀、茶禅一味、吃茶去	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解我国饮茶习俗。	**教学要求**：①了解茶与婚俗、祭祀的关系，掌握禅茶的内涵。

		②汉族的饮茶习俗 江浙地区的清饮习俗、华北花茶的饮用、闽粤人玩潮汕功夫啜乌龙茶、港澳地区的普洱茶、四川盖碗茶、广州早茶		②通过案例讲解、分析了解我国不同民族、不同地域的饮茶习俗。 ③带领学生实操训练制作擂茶。 **思政活动**：①以茶文化为例，说说各民族的特色形成及相互融合之处，再探讨各民族之间如何更好地做到和而不同。	②掌握汉族的主要饮茶习俗。 ③掌握藏族、蒙古族、维族、白族、土家族、傣族的饮茶习俗。 ④了解其他少数民族的饮茶习俗 ⑤学会制作擂茶 **德育要求**：①要尊重各民族的生活习俗（语言、服饰、饮食、爱好等），通过民族间各文化的学习精神，折射到自身，要学会取长补短，尊重彼此。
		③北方少数民族的茶俗 蒙古奶茶、回族八宝茶、藏族酥油茶、维吾尔族香茶等	2		
		④南方少数民族的茶俗 苗族油茶汤、侗族打油茶、白族三道茶、土家族擂茶、景颇族掩茶、佤族苦茶、傣族竹筒茶、纳西族龙虎斗和盐茶等			
		⑤擂茶制作	2		
10	国外茶文化	①亚洲、非洲茶文化	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解国外饮茶习俗。 ②体验并掌握点茶方法。 **思政活动**：①搜集资料，了解日本茶道与我国宋代的点茶有何关系，思考为什么提到茶道，有人就会认为日本的茶文化发展更早。	**教学要求**：①掌握日本茶道的流程和精神。 ②掌握日本茶道中的点茶方法。 ③掌握韩国的几个重大茶礼。 ④能够布置英式下午茶。 **德育要求**：①通过对英国下午茶文化的学习，大家不断思考如何能让茶走到家家户户，让中国人对茶更加如痴如醉。
		②欧美、中东地区、南美及大洋洲茶文化。	2		
11	茶文化的发展与创新	①茶会茶展	2	**教学活动**：①通过视频、图片等方式了解茶会茶展。 ②课堂展示：小组搜集常见茶叶深加工产品资料并讲解。 **思政活动**：①搜集近几年茶会茶展的开展情况，讨论思考什么样的茶会茶展会更受大众喜欢。	**教学要求**：①掌握无我茶的精神和流程。 ②掌握申时茶会应如何组织。 ③了解常见的茶叶深加工产品。 **德育要求**：①通过了解茶会茶展的内容及形式，还有茶叶深加工产品的不断更新，提高学生学会创新的意识，明白创新能力是很强的竞争力。
		②茶叶深加工及茶食品的发展。			

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

（1）课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

（2）作业、实操及测验（30%）

其中:茶叶识别(15%),茶具分类与组合(10%),品茗用水与泡茶三要素(15%),茶叶品饮（10%），茶诗创作（20%)、茶旅路线创作（10%)、主题说茶（20%）

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考试方法，考试时间 90 分钟。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第一学期开设。教学学时分配建议如下表所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	茶文化概述	2		2
2	中国茶文化史	3	1	4
3	茶叶分类	2	2	4
4	茶与健康	2		2
5	茶与社会	2	2	4
6	茶叶冲泡艺术	3	3	6
7	茶叶品饮艺术	2	2	4
8	茶与文学艺术	6	4	10
9	我国的饮茶习俗	4	2	6
10	国外茶文化	2	2	4
11	茶文化的发展与创新	2		2
合计		30	18	48

2、教学建议

（1）教学方法主要采用校内多媒体教学、课堂情景模拟、讲授法、演示法、引导自学法、视频教学法、小组合作实操法等。做到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。结合校企合作的校外实践单位提供的案例资源和参观机会，加深学生对理论知识的理解和增强学生学习的体验感。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 4 人左右，小组合作讨论、操作，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

教材及参考书	书名	编者	出版社	版本
教材	中华茶文化	张凌云	中国轻工业出版社	2016 年
参考资料	茶文化学	刘勤晋	中国农业出版社	2014 年
	茶学概论	周巨根	中国中医药出版社	2015 年
	中华茶文化	黄志根	浙江大学出版社	2000 年
	茶文化与茶艺	王莎莎	北京大学出版社	2015 年
	中国世界茶文化	张忠良	时事出版社	2016 年

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）校内实训条件利用（或开发）建议

本课程在茶文化教室完成

（2）校外实践教学条件利用（或开发）建议

湖南省唐羽茶业有限公司、湖南一品仙茶叶有限公司，湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

七、说明

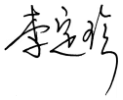
1、本课程标准由茶艺与茶叶营销专业教学团队、湖南一品仙茶叶有限公司、湖南省唐羽茶业有限公司合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：罗雅娜

4、初审（教研室主任或专业带头人）：唐南

5、二审（二级学院、教学部负责人）： 

6、审定： 

日期：2021 年 4 月 21 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《广告实务》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：茶艺与茶文化教研室

联 合 开 发 单 位：湖南沃成科技有限公司

2021 年 4 月

目　录

《 广告实务》课程标准.....12
一、课程性质 12
二、课程目标 12
（一）总体目标.....12
（二）具体目标.....12
三、课程内容与要求 14
四、课程考核 17
1、成绩构成.....17
2、考核内容与考核方式.....17
五、实施建议 19
1、各教学模块学时建议.....19
2、教学建议.....19
3、教材及参考资料建议.....20
六、说明.....21

《 广告实务》课程标准

课程代码：0104227

课程名称：广告实务

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：28 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业以及商贸流通专业群其他专业

先修课程:《经济学基础》《消费者行为学》《市场营销实务》《市场调查实务》

后修课程:《市场营销策划》、《品牌经营与管理》《客户服务与管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

《广告实务》是市场营销专业开设的一门专业核心课，也是一门理实一体的项目化课程，也是商贸流通专业群其他专业的能力拓展课程，在整个市场营销课程体系中，处于核心的地位。本课程旨在培养具有现代广告营销理念的应用型商贸类技术人才，教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告预算和广告效果评估等。通过本课程的学习，使学生对现代广告学的理论和实务操作方法和技巧有一定了解和掌握，能够进行基本的广告调查广告策划和广告文案撰写工作。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生了解中国广告活动的现状与发展趋势，掌握广告调研、广告策划、广告效果评估测定、广告预算和广告法等相关知识，具备学生进行广告案例分析和广告策划的专业能力，具有现代广告营销理念和正确的广告价值观、擅长灵活运用广告进行营销的专门人才，为能够胜任市场策划主管工作岗位提供技能和素质支持。

（二）具体目标

1.德育目标

（1）培养学生善于沟通、合作和交流的团队精神；

（2）培养学生形成正确的广告价值观；

（3）培养学生尊重竞争对手的职业习惯；

（4）培养学生诚信经营、杜绝虚假广告的商业思维；

（5）培养学生良好的广告职业道德以及社会责任心；

（6）培养学生强烈的广告法律意识。

2.知识目标

（1）了解国内外广告活动的历史、现状和最新发展；

（2）正确认识广告与广告活动的性质和功能；

（3）全面认识广告活动的全过程及各个环节；

（4）掌握广告活动的内在规律；

（5）掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法；

（6）广告法律知识。

3.能力目标

（1）具有广告优劣评判能力；

（2）能够对广告实例进行专业深入的分析；

（3）能迅速领会新的广告创意模式和新的媒体形式；

（4）能够为企业策划广告方案；

（5）善于运用广告为企业解决实际营销问题。

4.素质目标

（1）具备良好的广告文化品位；

（2）具备良好的广告敏感度；

（3）形成广告鉴赏的职业习惯；

（4）具有创新意识和创造性广告思维；

（5）具备良好的商业审美素养；

（6）具备良好的广告职业道德。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容及课时配比		活动设计	要求
		课程内容	课时		
1	项目一：认知广告	①知名广告网站、经典广告作品赏析	2	**教学活动：** ⑬ 经典广告作品赏析。 ⑭ 教师讲解相关知识点：广告起源和发展，广告的概念、要素和分类，广告法律知识。 ⑮ 教师引导学生梳理广告策划的流程。 **思政活动：**分析经典的“争议”广告	**教学要求：** ①掌握广告的概念； ②了解广告的起源和发展； ③掌握广告的分类； ④掌握广告的构成因素； ⑤掌握广告策划流程。 **任务要求：** ④ 说出 10 个你最熟悉的广告； ⑤ 分组并设计团队形象、团队口号； ⑥ 各小组选择项目任务。 **德育要求：** 学生了解广告中需要树立正确的价值观，尊重竞争对手，尊重不同文化，促进良好的社会风尚，杜绝虚假广告，遵守广告法相关规定。
		②广告的起源与发展			
		③广告概念、要素、广告法律知识	2		
		④广告策划的流程			
2	项目二：实施广告调查	①广告调查性质、内容	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何设计和实施广告调查）。②教师讲解相关知识点：广告调查性质、内容，广告调查的程序。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**主题讨论广告调查设计和实施中的职业素质要求	**教学要求：** ⑲ 掌握广告调查的基本依据和方法； ⑳ 能设计符合要求的广告调研程序； 21 能合理设计和实施市场调查。 **任务要求：** 根据任务背景，按照要求设计和实施广告调查。 **德育要求：** 学生形成严谨的广告工作态度，实事求是的调查思维。
		②设计广告调查的程序	2		
3	项目三：制定广告定位和诉求策略	①广告目标设计的原则和方法；	4	**教学活动：**①教师下发任务书（如何广告定位和诉求策略）。②教师讲解相关知识点：广告目标设计的原则和方	**教学要求：** ①掌握广告目标设计的原则和方法； ②能够对广告进行准确定位； ③围绕广告战略目标选
		②广告定位策略			

		③广告对象和地区的选择	2	法、广告定位策略、广告对象和地区的选择、广告诉求策略。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**案例分析感性诉求广告策略中容易出现的道德问题。	择合适的广告对象和地区； ④了解广告策略的含义、特点及作用； ⑤明确广告定位策略、广告定位策略主要内容； ⑥能结合企业实际，制定出适合的广告定位策略和诉求策略。 **任务要求：** 根据任务背景，为企业制定广告定位和诉求策略。 **德育要求：** 学生懂得在运用广告策略时尊重不同文化、不同风俗、不同类型的受众。
		⑤广告诉求策略	2		
4	项目四：制定广告媒体策略	①媒介概念与类型、媒介分析	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何制定广告媒体策略）。②教师讲解相关知识点：媒介概念与类型、广告媒体选择的原则和方法、传统广告媒体和新媒体应用的方法和技巧。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**小组讨论“如何辩证地看待各个媒体的优缺点”	**教学要求：** ①掌握合理制定广告媒体策略的要求； ②能结合企业实际，制定出适合的广告媒体策略。 **任务要求：** 根据前面制定的定位策略和诉求策略，制定广告媒体策略。 **德育要求：** 学生摈除偏见和主观喜好，客观地看待各个媒体，选择适合本小组项目的媒体组合。
		②广告媒体选择的原则和方法	2		
		③传统广告媒体应用的方法和技巧	4		
		④新媒体应用的方法和技巧	2		
5	项目五：设计广告创意	①广告创意在广告活动中的地位	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何设计广告创意）。②教师讲解相关知识点：广告创意的地位、广告创意设计的原则和方法。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**小组头脑风暴设计创意，总结小组创意设计中的沟通问题。	**教学要求：** ①了解广告创意在广告活动中的地位； ②掌握广告创意的含义和广告创意的原则； ③掌握广告创意设计的方法； ④能够运用广告创意设计的方法，设计广告创意。 **任务要求：** 根据广告目标和选择的广告媒体，为企业设计广告创意。 **德育要求：** 学生能理解在运用头
		②广告创意设计的原则			
		③广告创意设计的方法	2		

					脑风暴法进行创意设计是，需要遵循延迟批判原则和禁止批评原则。
6	项目六：设计广告文案	①广告文案的概述	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何设计广告文案）。②教师讲解相关知识点：传统广告媒体文案和新媒体广告文案的设计要点。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**案例分析广告文案中蕴含的价值观	**教学要求：** ①了解广告文案的作用； ②能够结合广告目标，针对不同媒介，设计出合适的广告文案。 **任务要求：** 根据任务背景、广告目标和选择的媒介，结合广告创意设计广告文案。 **德育要求：** 学生懂得在广告文案中、尊重竞争对手、尊重不同文化、注重形成良好的示范作用和社会效果，力求在广告策划中传递富有正能量的价值观。
		②传统广告媒体文案的设计	4		
		③新媒体广告文案的设计	2		
7	项目七：制定广告预算	①广告预算的方法	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何制定广告预算）。②教师讲解相关知识点：广告预算的方法、广告费用的组成、各常见媒体的广告费用。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**主题讨论“制定广告预算时最重要的原则是什么？”。	**教学要求：** ①掌握广告预算的方法； ②了解广告费用的组成部分； ③熟悉各大常见媒体广告费用； ④能制定合理的广告预算。 **任务要求：** 根据任务背景，结合广告目标和广告策略，制定合理的广告预算。 **德育要求：** 学生理解在制定广告预算时不能凭空想象，应该以实事求是的态度，依据真实的标准制定预算。
		②广告费用的组成部分	2		
		③各常见媒体广告费用			
8	项目八：评估广告效果	①广告效果评估的概念	2	**教学活动：**①教师下发任务书（如何评估广告效果）。②教师讲解相关知识点：广告效果评估的概念，广告心理效果评估、社会效果评估、经济效果	**教学要求：** ①了解广告效果评估的概念； ②掌握广告心理效果评估的方法； ③掌握广告社会效果评估的方法； ④掌握广告经济效果
		②广告心理效果评估的方法			
		③广告社会效果评估的方法	2		

		④广告经济效果评估的方法	2	评估的方法。③教师解答学生提出问题。 **思政活动：**小组讨论“企业应如何避免广告产生负面的社会效果？”	评估的方法； ⑤能够灵活运用广告效果评估的方法，为广告设计效果评估方式。 **任务要求：** 根据任务背景，结合广告目标和广告策略，制定合理的广告效果评估方法。 **德育要求：** 学生理解广告对社会文化道德和意识形态的所产生的影响，在效果评估中重视对社会效果的评估。

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 50%。

（2）期末考试成绩占 50%。

11、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（5）平时考核内容包括：课堂出勤纪律（占 20%）、课堂表现（占 20%）、德育素养（占 20%）、作业任务（占 40%）（项目任务评价标准见表 2 所示），平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

（6）期末考核：采用广告实务学习通题库抽查的考核方式，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为上机考试。考试时间 120 分钟，其中广告策划方案评价标准见表 3 所示。

表 2 项目任务评价标准

考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90-100）	良（80-89）	中（70-79）	及格（60-69）
1.小组成员相互协作及对项目的贡献程度	小组自评	确定每个小组成员的贡献系数（0~1），贡献系数×小组项目得分=个人得分			
2.项目成果（60%）	小组互评*0.4+教师评价*0.6	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
3.交流及表达能力（20%）	教师评价*0.6+小组互评*0.4	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷使人印象深	能用专业语言正确较为流利地与进行交流及 PPT 的讲述，	能用专业语言正确地进行交流和 PPT 讲述	能用专业语言基本正确地进行交流和 PPT 的讲述，无重大

		刻	声音洪亮。		失误。
4. 学习态度（10%）	教师评价	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
5. 团队合作精神（10%）	教师评价	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

表 3 广告策划方案评价标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养（20分）	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理 （5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力		10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品（80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析（1 分）、消费者分析（1 分）、竞争对手定位以及以往广告分析（1 分）、产品的特点分析（1 分），市场分析比较确切（2 分）	
		市场策略	7	营销目标明确（1 分）、产品定位比较准确（3 分）、广告目标具体（3 分）	
		广告表现	20	广告诉求对象合适（2 分）、广告主题醒目（3 分）、广告创意（广告语、广告片等）符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点（15 分）。	
		广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用 3 种以上不同的媒介方式。 （每种合适媒介 3 分，组合合理 3 分）	
		广告预算	10	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（4 分），活动经费预算合理可行，分配妥当（6 分）。	
		广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括 3 种以上评估方法，每种 1 分）	
	创新方面		5	方案有新的创意，见解独到	

小计	100	

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程的总课时为40，建议在第4学期开放。教学学时分配建议如下表4所示。

表 4 教学学时分配建议表

教学单元	理论课时	实践课时	合计
项目一：认知广告	2	2	4
项目二：实施广告调查	2	2	4
项目三：制定广告定位和诉求策略	4	4	8
项目四：制定广告媒体策略	7	3	10
项目五：设计广告创意	2	2	4
项目六：设计广告文案	5	3	8
项目七：制定广告预算	2	2	4
项目八：评估广告效果	4	2	6
合计	28	20	48

6、教学建议

以调动学生积极性为核心，以实践教学为主线，多种教学方法并用，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练。

（1）教学方法多样化

①项目教学法

整个课程教学采用一个实际企业委托的项目为主线，将学生进行模拟分组，组成团队，由小组在教师指导确定具体的项目任务，教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景，小组通过团队协作学习，开展小组交流、讨论，共同完成项目。

②任务驱动法

整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行，学生在教师的引导下开展探究性学习，通过参与任务解决的过程，实现学生主动学习，学与做相结合。

③情景教学法

根据学生的特点和心理特征，以及企业广告策划的实际情况设置适当的情境，将抽象的任务具体化、情景化，从而引起学生的兴趣，从而获得最佳的教学效果。

④角色扮演法

我们每一项任务的完成都需要团队来做，团队中的每一成员都有一角色扮演；同时我们在任务完成后的任务评价中，由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感。

⑤其他教学方法

除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合课程的特点，适应高职的要求，探索并完善以参与式、体验式、交互式和模拟教学等实践教学为基本形式的多种方法。

A.头脑风暴法。针对讲授中、案例中、学生身边提出的问题，由学生应用所学知识，放开思路，大胆分析，提出自己的见解与解决方案。

B.案例分析。案例分析是教学联系实际的特色形式，本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。

C.网络冲浪。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解目标企业的广告，搜集最新广告信息，学习广告最新知识，思考与分析现实问题。

D.广告沙龙。

（2）教学手段现代化

借助超星等线上学习平台，运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段增加课堂信息量，提高课堂教学效率，提高教学的有效性。

（3）教学组织团队化

教师根据所教学班级学生人数确定数个小组，并确定负责人（组长）；组长应对小组成员的分工与协作工作负责；每一小组人数以 6-8 人为宜（根据实际情况可适当增减），小组中要合理分工、合作；在教师指导下整体完成课程案例分析或情景模拟训练。

（4）主讲老师要求：任课教师应具有扎实理论基础和一定的广告实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

教材需体现“把需要工作的学生培养成能够适应营销岗位工作需要的创新型营销合格职业人”的理念。教材内容体现职业性、先进性、通用性、实用性，能够培养营销职业岗位需要的发现顾客需求、满足顾客需求的职业能力。教材中实践教学活动设计的内容具体，并具有可操作性。

推荐教材：

①《广告学—理论、实务、案例、实训》，高等教育出版社，金立其、刘觅主编；

②《广告原理与实务》高等教育出版社，王宏伟、芦阳主编。

（2）参考书

①《广告原理与实务》 ，王吉方主编，机械工业出版社，2010 年；

②《广告理论与实务》，赵明剑，王兴为，北京交通大学出版 2009 年。

（3）参考网络资源

①中国广告人网 (http://www.chinaadren.com/)

②中国广告门户网 (http://www.yxad.com/)

③广告网—广告传媒行业第一门户(http://www.cnad.com/)

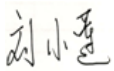
④素材公社(http://www.toooopen.com/work/view/12820.html)

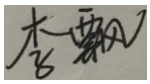
⑤广告买卖网（ http://www.admaimai.com /）

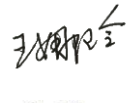
六、说明

1、本课程标准由商贸流通专业群教学团队、湖南沃成科技有限公司合作开发。

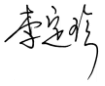
2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）： 

4、修订： 

5、初审（教研室主任或专业带头人）： 

6、二审（二级学院、教学部负责人）： 

7、审定： 

日期： 2021 年 4 月 9 日

湖南商务职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF COMMERCE

高等职业教育专科
《市场营销策划》课程标准
（2021 年版）

制订部门（教研室）：茶艺与茶文化教研室

联 合 开 发 单 位：长沙市零售商业行业协会

2021 年 4 月

目　录

《市场营销策划》课程标准 310
一、课程性质 310
二、课程目标 310
三、课程内容与要求 311
四、课程考核 314
五、实施建议 314
六、说明 316

《市场营销策划》课程标准

课程代码：0102028

课程名称：市场营销策划

课程类别：理论+实践

总 学 时：48 学时　　理论学时：20 学时　　实践学时：28 学时

学　　分：3 学分

适用专业：市场营销专业

先修课程：《市场营销实务》、《消费者行为学》、《市场调查实务》、《推销与谈判》

后修课程：《客户服务与管理》、《销售管理》

开课部门：经济贸易学院

一、课程性质

本门课程是市场营销专业开设的一门专业核心课程和必修课，是基于营销岗位能力的培养而开设的一门方法论的应用课程，具有全局性、战略性和规划性的特点，通过本门课程的学习与训练，可使学生将前三个学期所学的专业知识进一步应用到本课程实战实训中，提升学生综合运用所学专业知识的能力和技巧，并将其转化为解决实际问题的方法，培养学生市场营销策划能力，掌握市场营销策划的一般程序，撰写市场营销策划书，能对具体的营销策划方案进行设计，提升学生分析问题与解决问题的职业能力，注重培养学生的专项岗位技能和营销策划综合素养，使学生进入实际工作岗位后，能胜任一般性的营销策划工作。

本课程是构成专业基本能力——营销策划技能的重要组成部分，开设在《经济学基础》、《消费者行为学》、《市场营销实务》、《市场调查实务》、《推销与谈判》等课程后，为后续课程《客户服务与管理》、《销售管理》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

从学生职业能力培养的基本规律以及营销策划岗位职责出发，以就业为导向，打破课程纯理论教学体系，依据营销职业岗位的工作任务、工作流程中的知识与技能要求，遵循教、学、做合一的原则，以项目（产品）营销的工作任务和职业能力分析为依据，按照营销岗位的工作内容和流程把课程内容整合成市场营销策划认知、市场调研策划、市场营销战略策划、市场营销战术策划等 4 个相互关联

的学习情境，每个学习情境下又根据实际需要划分为若干学习任务，学习任务下又设计了具体的操作步骤或程序，整合教学内容，并参考相关企业个案，相对应地设计工作项目及工作任务，以完成工作任务情况作为衡量学习效果的主要依据，使学生在学习本门课程时能够得到方法与操作流程的指导。

（二）具体目标

1、德育目标

（1）培养学生正确的政治思想素质、道德品质和法律意识；

（2）培养学生诚实守信、吃苦耐劳、积极进取、敬业爱岗的工作态度；

（3）培养学生诚实守信、求真务实、勤奋踏实的品格；

（4）提升学生的创新思维能力、严密的逻辑思维能力和团队协作能力。

2、知识目标

（1）理解市场分析营销策划创意的基础知识；

（2）掌握竞争对手分析的基础知识；

（3）掌握新产品功能点描述、新产品卖点寻找的基础知识；

（4）掌握目标市场分析的基础知识；

（5）掌握促销活动方案设计的基础知识；

（6）掌握新产品上市推广方案设计的基础知识；

（7）掌握公关活动设计的基础知识；

（8）掌握广告活动设计的基础知识；

（9）掌握营销策划书撰写的基础知识。

3、能力目标

（1）具有市场环境分析的能力；

（2）具有信息搜集并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力；

（3）能在合理成本预算的范围内制定方案，拥有成本控制的理念与能力；

（4）能运用营销与策划的知识进行策划设计能力；

（5）具备方案写作能力。

4、职业素养目标

（1）培养正确的营销观念和创新意识；

（2）培养严谨的文案撰写意识以及勇于探索、勇于创新、敢于表达的精神；

（3）树立学生的成本核算意识以及“凡是先预后立”的思维习惯。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序	工作任	课程内容及课时配比	活动设计	要求

号	务模块	课程内容	课时		
1	市场营销策划基础知识	①策划概述；	2	教学活动：通过企业案例认识策划和营销策划的概念和内涵；通过营销策划方案实例讲解策划的一般流程和策划书撰写格式。 思政活动：通过个人职业生涯规划明白“凡事预则立”的重要性；通过个人目标制定掌握SMART原则。	教学要求：熟悉营销策划工作流程，掌握营销策划内容，能对市场营销策划内容进行分析；在接受营销策划任务时，能根据市场营销策划的一般流程安排工作计划；掌握策划书撰写格式。 德育要求：树立“凡事预则立”的意识，明确目标的重要性。
		②营销策划的简介；	2		
		③策划的一般流程；	1		
		④营销策划书撰写格式。	1		
2	营销策划创意	①营销策划创意概述；	1	教学活动：通过营销创意实例讲解创意的基本内容；通过课堂实训讲解营销策划创意方法并训练学生的营销策划创意思维。 思政活动：分享策划故事“阿华公司年会策划项目的创意”。	教学要求：能运用头脑风暴等营销策划创意方法对企业具体营销问题进行创意并解决问题。 德育要求：学生应重视生活实践经验和已有的知识的学习和理解，并运用这些知识来分析问题和解决问题。
		②营销策划创造性思维	1		
		③营销策划创意方法	1		
		④营销策划创意思维训练	1		
3	促销策划	①促销方案的撰写格式与内容；	2	教学活动：通过促销方案实例讲解促销方案的专业格式与内容要求；通过纠错练习活动掌握促销方案的技巧点；通过课堂展示进一步深化理论知识向实践的迁移。 思政活动：实例讲解促销策划的误区，由此引申到人生中“凡事要深谋远虑”。	教学要求：掌握促销方案撰写格式、内容、技巧与流程，能够根据给定企业背景设计促销方案。 德育要求：促销策划要按照正确的策略，避免陷入误区。在人生中亦是如此，不做表面文章，凡事要深谋远虑。
		②促销方案策划基本方法与技巧以及过程注意点。	4		
		③促销活动方案找茬纠错	2		
		④促销活动策划实操与汇报	2		
4	广告策划	①广告方案的撰写格式与内容；	2	教学活动：通过广告策划方案的实例讲解广告策划方案的专业格式要求和内容安排；通过纠错练习、课堂展示	教学要求：掌握广告方案撰写格式、内容、技巧、流程等知识点；能够根据给定的企业背景设计广告方案。
		②广告方案策划基本方法与技巧以及过程注意点。	4		

				活动讲解、总结广告策划方案的技巧点和过程注意点。 思政活动：在广告策划的整体统一性原则这一知识点，引入讨论“如何看待虚假广告？”。	德育要求：树立合规意识，不能损害社会公共利益，不能助长社会不良之风，更不能为利益驱动而无视国家法律法规。
5	企业形象策划	①企业形象策划的内容；	1	教学活动：通过企业形象策划活动实例讲解企业形象策划的内容、流程；通过课堂实训汇总企业形象策划的基本方法、技巧点和过程注意点。 思政活动：展示、分析并学习知名企业的企业理念、企业文化。	教学要求：能够根据企业形象方案撰写格式、内容、技巧、流程对给定企业背景设计企业形象方案。 德育要求：通过学习标杆企业的文化、理念等，树立正确的人生观和价值观。
		②企业形象策划的流程；	1		
		③企业形象策划基本方法与技巧以及过程注意点。	2		
6	公关主题活动策划	①公关主题活动策划的内容；	1	教学活动：通过公关主题活动策划实例讲解公馆主题活动策划的内容、流程；通过课堂实训汇总公关主题策划的方法、技巧点及注意事项；通过企业实例讲解危机公关。 思政活动：课堂讨论“黑公关 VS 白公关”。	教学要求：掌握公关主题活动方案撰写格式、内容、技巧、流程；能够根据给定的企业背景设计公关主题活动方案。 德育要求：培养商业活动中的诚信意识，不捏造并散布虚伪事实，不做损害他人商业信誉、商品声誉的事情。
		②公关主题活动策划流程；	1		
		③公关主题活动策划基本方法与技巧及过程注意点；	2		
		④危机公关。	2		
7	新产品上市推广策划	①新产品上市推广策划的内容；	2	教学活动：通过新产品上市推广策划实例讲解新产品上市推广策划的内容、流程、基本方法；通过课堂实训讲解新产品上市策划的技巧点和注意事项。 思政活动：分享“新品上市的两大战略误区”。	教学要求：掌握新产品上市推广方案撰写格式、内容、技巧、流程；能够根据给定的要求设计新产品上市推广活动方案。 德育要求：学习标杆经验，做到既不盲从也不过于谨慎，学会有计划、有预备、有思路、有步骤地做事。
		②新产品上市推广策划的流程；	2		
		③新产品上市推广策划基本方法与技巧以及过程注意点。	2		
		④新产品上市推广策划实操及汇报	2		
8	品牌与渠道策划	①品牌策划基本内容；	2	教学活动：通过实例讲解品牌策划和渠道策划的基本内	教学要求：了解企业品牌与渠道策划内容及流程。
		②渠道策划基本内容。	2		

				容及方法技巧点。 思政活动：讲解“品牌策划的 10 大误区”	德育要求：树立脚踏实际的精神，切记好高骛远、贪大求全；重视沟通在生活和工作中的运用。

四、课程考核

1、成绩构成

（1）平时学习过程成绩占 50%。

（2）期末考试成绩占 50%。

2、考核内容与考核方式

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。

（1）平时考核:平时成绩记录以超星等平台记录的数据为主要依据。

①课堂表现（50 分）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

②实践操作（50 分）

其中：营销环境分析报告（10%），促销方案（20%），新产品推广方案（20%）、企业形象设计方案（10%）、公关主题活动方案（20%）、广告方案（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

2、期末考试成绩

采用方案设计考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

五、实施建议

1、各教学模块学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	市场营销策划基础知识	4	2	6
2	营销策划创意	2	2	4
3	促销策划	4	6	10
4	广告策划	2	4	6
5	企业形象策划	2	2	4
6	公关策划	2	4	6
7	新产品上市推广策划	2	6	8

8	品牌与渠道策划	2	2	4
学时总计		20	28	48

2、教学建议

（1）教学方法多样化

采用案例教学法，激发学生思维；采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。该模式以岗位为中心，教师从岗位需求出发，分析岗位任务，根据岗位任务，设置相应的教学情境项目，学生从情境项目中学到相应的技能后，进行实训设计，强化技能训练，然后进入企业顶岗实习，从而适应岗位要求，为学生零距离就业打下基础。通过这样的设计，完成了“基于工作岗位一体化”的教学过程。

（2）教学手段现代化

课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。在加强校园网、电子图书馆、多媒体教室等数字化教学环境建设的基础上，100%使用多媒体授课。

（3）教学组织团队化

将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

（4）“大课堂”教学模式，双导师制

打破教室概念，以工学结合的“大课堂”代替固定的教室。所谓“大课堂”，即将教室、校内实训室、校外企业项目、供销行业，乃至整个社会都融为一个“大课堂”，围绕创业型人才培养需要，在具体教学过程中以自主创业中各项知识及技能的要求为主线进行教学与实践，采取以工学交替为特色的教学组织形式，突出职业核心能力训练。

双导师制将社会与高校的资源进行整合共享，以校内优秀的专任教师为学术导师，以校外有丰富实践经验的企业高级营销师或管理部门人员等来担任职业导师，集理论与实践培养于一体，相互促进，有利于学生在读书期间拓宽知识面，增加社会经验，缩短成才过程。

（6）主讲老师要求

任课教师应具有扎实营销理论基础和企业实践经验。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

本课程教材以高职高专国家“十一五规划”教材为首选，并密切结合湖南省高职营销专业技能抽查标准，建议不要限定指定的教材，尽量按照湖南省高职营

销专业技能抽查标准中有关营销策划测试部分内容的要求来自编教材。

（2）参考书

《销售与市场》　河南销售与市场杂志社有限公司

《中国市场》　国务院国有资产监督管理委员会　中国物流与采购联合会

说明：营销策划理论与实践时刻在发生改变，为了能够与时俱进，建议参考书按照教学时间进行选择，尽量选择最新的书籍，尽量选择企业专家撰写的书籍进行参考，不建议将教材作为参考书。

（3）参考网络资源

中国教育部网站 http://www.moe.edu.cn/

中国教育网 http://www.cer.net/

中国企业战略传播网　http://www.glr163.com/

中国管理传播网　http://www.manage.org.cn/

中国营销传播网　http://www.emkt.com.cn/

全球品牌网　http://www.globrand.com/

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

（1）多参与各类营销竞赛，以比赛带动课堂教学

学生在课程学习实践过程中，同时接受校内导师(即专业教师)理论的指导、及校外企业策划精英的课程实训指导或企业项目经理的分项实践指导。通过实境实训、技能大赛等方式提升学生职业技能。如注重培养学生参加全国高校市场营销大赛，以技能大赛带动学生技能的培养与提高。建立健全学生技能大赛培养、参赛制度，组织专人跟踪大学生技能大赛动向，并对技能大赛需求的技能与企业岗位技能进行对比，探索专业技能教学的结合点，改进传统教学只依靠教材而脱离岗位技能的做法。以赛促学，引导学生理论联系实际，鼓励求是拓新，既为企业创造市场效益，又为学生营销素质与能力的形成创造了良好机遇。

（6）建议设立营销策划工作室，引入企业实际项目

为更好地服务地方经济建设，应努力构建“工学交替、产学结合、校企一体化”的教学模式。按照适度、必须、够用的原则进行理论教学，以项目为导向、以任务为驱动，强力推进校企合作，重在加强学生校内实验实训、校外顶岗实习建设，注重学生专业岗位技能培养；通过进一步加大与地方企业的合作力度，为地方经济建设输送一大批高素质、高技能专业人才。充分湘贵实业有限公司、湖南省茶业总公司等校企合作校外实践教学基地，提供认知实习场地与真实案例资料，共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由市场营销专业教学团队、长沙市零售商业行业协会兼职教

师参与合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6、审定：

日期：2021 年 4 月 8 日

湖南商务职业技术学院《EXCEL在财务管理中的应用》课程标准

（2021年版）

本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

2021年5月

目　　录

一、课程性质与任务.....320
（一）课程性质.....320
（二）课程任务.....320
二、课程核心素养与课程目标.....320
（一）课程核心素养.....320
（二）课程目标.....321
三、课程结构.....383
（一）课程模块.....353
（二）学时安排.....323
四、课程内容.....324
五、课程实施.....328
（一）教学要求.....328
（二）教师团队建设.....328
（三）课程考核评价.....329
（四）教学设备设施配备要求.....331
（五）教材及参考资料要求.....331
六、说明.....332
附录　教学设备设施配备要求.....333

《Excel 在财务管理中的应用》课程教学标准

课程代码：0305048

课程名称：Excel 在财务管理中的应用

课程类别：理论+实践课

总 学 时：40 学时　　理论学时：24 学时　　实践学时：16 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：大数据与财务管理专业

预修课程：《初级会计实务》、《企业财务管理》、《计算机基础》、《大数据基础》、《纳税实务》、《会计信息系统应用（财务链）》、《财务大数据分析》、《管理会计实务》等课程

开课部门：会计学院

标准开发：本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

一、课程性质与任务

（一）课程性质

《Excel 在财务管理中的应用》是大数据与财务管理专业开设的一门专业技能课程。其教学目标就是让学生掌握用 Excel 软件快速进行财务决策分析的技能，培养学生具备较好的企业财务管理数据实践操作和分析的能力。课程开设的对象为三年级上学期的学生，该课程之后只开设了毕业设计和毕业实习项目。《Excel 在财务管理中的应用》课程位于财务管理专业核心课程模块。

（二）课程任务

《Excel 在财务管理中的应用》课程是一门实践性很强的应用型课程，通过该课程的学习，学生一步掌握 Excel 的数据处理功能，借助 Excel 处理财务管理过程中涉及的财务数据，提高财务决策的效率。学生通过计算机操作掌握利用 Excel 进行财务管理决策的技巧，并在学习过程中进一步加深对企业财务管理信息系统的认识，从而为企业培养既精通财务管理专业知识又精通计算机及财务数据处理技术的复合型人才，与学生就业后实践操作能力挂钩。

二、课程核心素养与课程目标

（一）课程核心素养

《Excel 在财务管理中的应用》课程将大数据与财务管理专业人才培养目标贯穿于课程中，以使用 EXCEL 进行企业财务管理决策的职业能力培养为核心，以工业（或商业）企业财

务管理业务为情境，指导学生掌握 Excel 在会计账务处理、固定资产管理、薪资管理中的相关函数及常规操作;掌握用 Excel 快速分析货币时间价值问题的函数及建模步骤及相关图表绘制；掌握用 Excel 快速分析筹资管理相关问题的函数及建模步骤；掌握用 Excel 快速分析项目投资、证券投资相关函数及建模步骤及相关图表绘制；掌握用 Excel 快速分析流动资产管理相关函数及建模步骤；掌握用 Excel 快速进行财务分析的公式及建模步骤。在真实的企业财务管理工作任务驱动下，为学生搭建 EXCEL 进行企业财务管理决策的整体框架，并将实践性、开放性、职业性融于课程教学中，提高学生使用 EXCEL 进行财务管理决策的职业技能。本课程的核心素养主要包括工匠精神、良好的职业道德、大数据信息处理能力、终身学习能力四个方面。

1．工匠精神的培养

工匠精神是一种职业精神，也是职业道德、职业能力、职业品质的体现，同时也是一种职业价值取向和行为表现。在教学过程中，通过对学生的严格要求和正确引导，严谨认真地对待每一项工作任务，使学生具备精益求精的工匠精神。

2．良好职业道德的培养

在日常教学中，通过开展课程思政潜移默化地提升学生的会计职业道德。借助教育教学改革的大潮，提升学生的职业道德品质，在教学中不断进行渗透。

3．信息处理能力的培养

数字经济转型背景下的财务人员要求具备良好的信息化处理能力，能够对财务数据进行加工、整理并进行综合分析与评价，为企业决策提供依据。

4．终身学习能力的培养

在互联网背景下，知识更替非常迅速，在互联网背景下，会计工作已经引入云计算、大数据等，信息技术的革新将改变会计工作内容和范围，会计人员岗位职责也从账务管理逐渐向管理型会计转变，会计人员需要将更多的时间投入到为企业管理层提供信息数据中，所以学习能力是互联网背景下财务人员的重要素养，会随着信息技术的变化加以提升，需要在未来工作岗位上不断学习以满足企业对人才的需求。教师教学中要有意帮助学生培养危机意识，激发学生主动学习的能动性和探究能力。

（二）课程目标

1．总体目标

《Excel 在财务管理中的应用》课程总体目标是通过本课程的学习，使学生掌握会计信息系统的基本理论和业务技能，培养学生具备较好的 EXCEL 处理财务管理问题的应用水平和实践操作能力。通过该课程的教学，使学生掌握使用 EXCEL 进行财务管理的基本理论和基本方法，能使用 EXCEL 完成账务处理、薪资管理、固定资产管理、筹资管理、投资管理、流动

资产管理、财务分析等工作，并通过对 EXCEL 的学习、操作形成建模思路，利用所学习的知识、技能复用建立的模型，从而减少企业财务管理工作的工作量。

本课程的基本要求是：结合所学函数、模型，对财务管理的主要建模方法进行系统的学习和训练，使学生掌握 EXCEL 建模技能。本课程遵循“以学生为主体、教师为主导”的教学理念，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展教学，以实践操作为主，注重学生实践操作能力的培养。

2．具体目标

根据大数据与财务管理专业人才培养目标与培养规格，本课程应该达到以下教学目标。

1．素质要求

具备抗失败的心理素质、良好的团队协作意识；具备坚韧不拔的品质，具备逻辑与数据思维、管理决策能力、应变能力；具备良好的职业道德与敬业精神；具备严谨、认真、细致、耐心的职业素养。

2．知识要求

（1）掌握 Excel 在会计账务处理、固定资产管理、薪资管理中的相关函数及常规操作；

（2）掌握用 Excel 快速分析货币时间价值问题的函数及建模步骤及相关图表绘制；

（3）掌握用 Excel 快速分析筹资管理相关问题的函数及建模步骤；

（4）掌握用 Excel 快速分析投资管理相关函数及建模步骤；

（5）掌握用 Excel 快速分析流动资产管理相关函数及建模步骤；

（6）掌握用 Excel 快速进行财务分析的方法。

3．能力要求

（1）培养学生使用 Excel 建立计算机模型解决电算化财务链中相关问题的能力；

（2）培养学生使用 Excel 建立计算机模型解决企业财务管理相关问题的能力；。

（3）培养学生使用 Excel 绘制图表进行直观分析的能力；

（4）培养学生通过信息技术进行自我学习和解决问题的能力。

三、课程结构

（一）课程模块

《Excel 在财务管理中的应用》的基础模块是必修内容，是高等职业教育专科学生提升其信息素养的基础，包含 Excel 在会计电算化财务链中的应用、Excel 在货币时间价值计算中的应用、Excel 在筹资管理中的应用、Excel 在投资管理中的应用、Excel 在流动资产管理中的应用、Excel 在财务分析中的应用 6 个部分内容。

（二）学时安排

《Excel 在财务管理中的应用》的基础模块建议学时为 40 学时，建议在第五学期开设，教学学时分配建议如下表 1 所示。

表 1　教学学时分配表

4	教　学　模　块	授　课	实　践	合　计
1	Excel 在会计电算化财务链中的应用	8	4	12
2	Excel 在货币时间价值计算中的应用	4	2	6
3	Excel 在筹资管理中的应用	4	4	8
4	Excel 在投资管理中的应用	4	4	8
5	Excel 在流动资产管理中的应用	2	0	2
6	Excel 在财务分析中的应用	2	0	2
7	课程考核		2	2
8	机动	0		0
	学时总计	24	16	40

四、课程内容

《Excel 在财务管理中的应用》在高职三年教学中建议利用 OFFICE 软件中的 Excel 软件进行教学，版本至少为 2013 及以上。本课程是让学生灵活应用 Excel 软件提高数据处理的及时性和正确性，培养学生具备应用 Excel 进行财务管理决策的基本操作技能为目标，以会企业财务管理决策工作中的实际教学案例为主线，以项目为载体，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展项目教学活动。教学内容包括 Excel 的数据处理功能，借助 Excel 处理财务管理过程中涉及的财务数据，提高财务决策的效率。使学生具备本专业的技术技能型人才所必需的用 Excel 进行财务管理建模基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。本课程具体内容与要求如表 2 所示。

表 2　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	Excel 在会计电算化财务链中的应用	12	④ Excel 在账务处理中的应用； ⑤ Excel 在薪资管理中的应用。 ⑥ Excel 在固定资产中的应用。	知识： ④ 掌握用 Excel 进行微小企业账务处理的过程； ⑤ 掌握用 Excel 进行普通企业薪资管理过程； ⑥ 掌握用 Excel 进行普通企业固定资产管理的过程。 技能： ④ 能用 Excel 进行微小企业账务处理实务； ⑤ 能用 Excel 进行普通企业薪资管理实务； ⑥ 能用 Excel 进行普通企业固定资产管理实务。	④ 通过对企业成立之初用 Excel 进行做账的情境，进行微小企业如何用 Excel 进行账务处理中的教学。 ⑤ 通过企业用 Excel 进行薪资管理的情境，进行中小企业如何用 Excel 进行薪资管理的教学。 ⑥ 通过对企业用 Excel 进行固定资产管理的情境，进行中小企业如何用 Excel 进行固定资产管理的教学。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；

2	Excel 在货币时间价值计算中的应用	6	④ Excel 现值和终值函数； ⑤ Excel 年金、利率、期数、利息、本金函数。 ⑥ Excel 在货币时间价值中的综合应用。	知识： ⑧ 货币时间价值的基本知识； ⑨ Excel 计算终值、现值过程； ⑩ 用 Excel 计算年金终值和年金现值、利率、期数、利息、本金等财务数据的过程； ⑪ 用 Excel 进行货币时间价值综合应用的建模过程。 技能： ⑫ 能利用 Excel 计算终值、现值的操作； ⑬ 能利用 Excel 计算年金终值和年金现值、利率、期数、利息、本金等财务数据的操作； ⑭ 能利用 Excel 进行货币时间价值的综合应用。	通过设置企业的员工购买保险、购房、贷款、投资、分期购物等日常生活情境，引导学生通过财务函数进行个人日常理财方面的财务信息的计算。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；
3	Excel 在筹资管理中的应用	8	⑤ Excel 进行企业资金需求量预测； ⑥ Excel 进行企业筹资成本分析； ⑦ Excel 进行企业杠杆作用分析； ⑧ Excel 进行企业最优资本结构确定。	知识： ⑤ 掌握利用 Excel 进行企业资金需求量预测的建模过程； ⑥ 掌握利用 Excel 进行企业筹资成本分析的建模过程； ⑦ 掌握利用 Excel 进行企业杠杆作用分析建模过程； ⑧ 掌握利用 Excel 进行企业最优资本结构建模的过程。 技能： ⑤ 能用 Excel 进行企业资金需求量预测； ⑥ 能用 Excel 进行企业筹资成本分析； ⑦ 能用 Excel 进行企业杠杆作用分析；	④ 通过对企业进行资金预测为情境，用 Excel 进行资金预测； ⑤ 通过设置企业司进行资本成本和边际资本表计算的教学情境，教授学生用 Excel 进行个别资本成本、综合资本成本及边际资本成本的计算； ⑥ 以企业为情境主体教授学生用 Excel 进行企业杠杆系数的计算；最优资本结构的计算。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；

				⑧ 能用 Excel 进行企业最优资本结构确定。		
4	Excel 在投资管理中的应用	8	④ Excel 进行现金净流量的分析、进行动态决策指标的计算 ⑤ Excel 进行独立方案和互斥方案的决策 ⑥ Excel 进行固定资产更新决策的计算 ⑦ Excel 进行债券投资分析； ⑧ Excel 进行股票投资分析； ⑨ Excel 进行证券投资组合分析。	知识： ④ 掌握利用 Excel 进行投资决策指标的计算、进行现金净流量分析的过程； ⑤ 掌握独立方案和互斥方案的评价指标。 ⑥ 掌握利用 Excel 进行固定资产更新决策分析的建模过程。 ⑦ Excel 进行债券价值及收益率的计算的公式； ⑧ Excel 设计不同类型股票的估价模型及收益率计算步骤； ⑨ Excel 进行投资组合是否有效的判断公式和图表绘制； 技能： ④ 能用 Excel 进行投资决策指标的计算、进行现金净流量的分析的能力； ⑤ 能用 Excel 进行独立方案和互斥方案的评价指标计算的能力。 ⑥ 能用 Excel 进行固定资产更新决策的分析的能力。 ⑦ 能用 Excel 进行债券价值及收益率的计算； ⑧ 能用 Excel 设计不同类型股票的估价模型及收益率计算； ⑨ 能用 Excel 进行投资组合是否有效的判断；	创设企业投资生产线、销售部、替换设备等真实情境，教授学生如何用 Excel 对宝东农牧企业进行项目投资决策。 创设企业投资不同估价模型的股票、债券和证券投资组合的情境，教授学生如何用 Excel 进行债券投资实务、股票投资实务以及证券投资组合实务。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；

5	Excel 在流动资产管理中的应用	2	④ Excel 进行企业现金的管理； ⑤ Excel 进行企业应收账款的管理； ⑥ Excel 进行企业存货的管理	知识： ⑦ 掌握利用 Excel 建立现金决策模型的方法； ⑧ 掌握利用 Excel 建立应收账款各种决策模型； ⑨ 掌握利用 Excel 建立存货管理模型。 技能： ⑩ 能用 Excel 建立现金决策模型的能力； ⑪ 能用 Excel 进行应收账款各种决策的能力； ⑫ 能用 Excel 进行存货管理的能力。	创设某企业对企业的现金的管理、应收账款的管理、存货的管理情境，用 Excel 进行企业流动资产管理实务教学。	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；
6	Excel 在财务分析中的应用	2	③ Excel 进行企业财务指标分析； ④ Excel 进行企业综合分析。	知识： ③ 掌握用 Excel 建立财务指标计算模型，进行财务分析的思路与步骤； ④ 掌握用 Excel 建立企业的杜邦分析模型和沃尔比重分析模型的思路与步骤； 技能： ③ 能够用 Excel 建立财务指标计算模型，进行财务分析； ④ 能够用 Excel 建立企业的杜邦分析模型和沃尔比重分析模型。	创设某企业对企业资产负债表和利润表进行分析的情境，教授学生如何用 Excel 进行企业财务指标分析和综合分析	多媒体演示、案例教学、情景教学、讲练结合；
7	课程考核	2	利用学习通平台进行上机考核	技能： 利用 EXCEL 软件完成制造企业使用 EXCEL 进行企业财务管理的相关操作。	《Excel 在财务管理中的应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考核。	

五、课程实施

（一）教学要求

以工作任务为中心，采用案例形式，项目化、任务驱动式教学，培养学生利用 EXCEL 进行财务管理决策的技巧，培养财务数据处理技术的综合运用能力；切实加强课程思政，将职业道德、工匠精神融入教学全过程。根据培养学生使用 EXCEL 进行企业财务管理的应用能力这一主线，理论教学以“够用”为原则，强调理论对实践的指导作用。任课教师应具有扎实的财务管理知识和较强 EXCEL 操作能力。

在教学的过程中注重培养学生的动手能力，调动学生的积极性，利用大量案例教学，激发学生学习知识和技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力；采用大量的演示教学与案例教学，配合教师的讲授，让学生充分理解企业的实际操作流程；应建立起师生互动的良好教学氛围，当学生在实际操作中出现问题时，应尽量在教师的指导下自己动手解决，减少依赖性。

（二）教师团队建设

高等职业教育专科《Excel 在财务管理中的应用》教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的 EXCEL 进行企业财务管理的实践经验和良好的课程教学能力。《Excel 在财务管理中的应用》教师的数量应按照国家有关标准配备。

1．课程负责人：

课程负责人应该熟悉财务管理工作的理论知识，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，具有高级职称（或高级职业资格）的“双师”素质教师。

2．主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有 EXCEL 进行企业财务管理的经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备计算机应用能力及财务管理知识体系的专业知识；有丰富的企业财务软件操作工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

3．教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），在会计核算方面有较强的实践能力，能熟练操作两种以上财务软件。

（三）课程考核评价

1．课程考核成绩构成

本课程是一门实践性很强的专业基础课，该课程须采取灵活多样的考试制度和考核方法，如采取理论教学和实践教学相结合、理论考试和实践技能考核相结合进行机考测试。重在强化过程性考核，用过程的演练与环节的达标测试强化实操结果，旨在考核学生的实践动手能力。

《Excel 在财务管理中的应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考试。课程考核包括平时过程考核和期末技能考核两部分：实验考核（过程考核）（占总成绩 20%）+平时成绩（占总成绩 30%）+期末操作技能测试（占总成绩 50%）。

（1）平时成绩考核占 30 分

平时成绩考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行；

（2）实验考核（或过程性考核）成绩占 20 分

平时测验等方面进行，要求学生提交书面操作截图文档资料；

（3）期末操作技能考核成绩占 50 分

表 2　课程考核分类、内容及比重一览表

考核分类	比例	考核内容
平时成绩考核	30%	课堂出勤与纪律 10%；任务学习过程（学习态度、平时操作等）20%
实验考核成绩	20%	任务学习结果（平时上机考核等）20%
期末技能考核	50%	《Excel 在财务管理中的应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考核。

2．课程考核内容

考试内容选取与模块设置充分考虑本课程的培养目标、核心技能以及课程的教学实施手段，贯彻了本课程以培养技能为核心，以“综合应用型”教学为基准，以实践与理论的融合为模式的思想与策略。考核内容设计如下：考核中以一个工业企业或商品流通企业的日常业务处理和财务管理业务处理能力为考核任务，使用 Excel 进行总账管理、薪资管理、固定资产、货币时间价值原理应用、筹融资管理、流动资产管理、利润管理以及报表分析等操作，完成特定企业日常业务及财务管理工作；试题考核涉及所有章节模块。考核具体内容如下：

1．Excel 在会计电算化财务链中的应用

考核 Excel 在账务处理中的应用、在薪资管理中的应用以及在固定资产中的应用。

2．Excel 在货币时间价值计算中的应用

考核 Excel 现值和终值函数的使用、年金、利率、期数、利息、本金函数的使用及其他综合应用。

3．Excel 在筹资管理中的应用

考核 Excel 进行企业资金需求量预测、进行企业筹资成本分析、进行企业杠杆作用分析、进行企业最优资本结构确定。

4．Excel 在投资管理中的应用

考核 Excel 进行现金净流量的分析、进行动态决策指标的计算、进行独立方案和互斥方案的决策、进行固定资产更新决策、进行债券投资分析、股票投资分析、证券投资组合分析。

5．Excel 在流动资产管理中的应用

考核用 Excel 进行企业现金的管理、企业应收账款的管理、企业存货的管理。

6．Excel 在财务分析中的应用

考核如何用 Excel 进行企业财务指标分析、进行企业综合分析。

3．考核方案

（1）考核要求

①技能要求

课程结束后能够利用 Excel 进行总账管理、薪资管理管理、固定资产管理、货币时间价值原理应用、筹融资管理、流动资产管理、利润管理以及报表分析等操作，高效完成特定企业日常业务及财务管理工作。

②操作规范及职业素养要求

符合企业会计工作的基本素质要求(认真、细致、客观、整洁、谨慎、耐心)。能事前做好准备工作，能按要求正确使用计算机和财务软件、每次上机及考核时都能保持工作台面清洁、及时清扫废弃杂物等。

（2）考核标准及方式：期末考试进行上机实践技能考核

考核方式:本课程的考核评价分为认知水平考核和运用能力考核。认知水平分为“了解”、“理解”等层次，运用能力主要指使用 EXCEL 进行企业财务管理岗位的操作能力。本课程是一门实践性很强的专业课，采用实践重于理论的考核方法，充分采用现代化教学手段，培养学生的实践动手能力。本课程考核方法采用百分制，包括过程性考核和结果考核两部分。过程考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行，过程性考核占 50%；结果考核主要期终考试，分别占 50％。考试题目注重理论与实践一体化评价，适当增加实践性教学内容的考核比重。本课程考核以上机操作为主。

（3）考核实施条件

表 3　课程考核实施条件一览表

项目	名称	数量	单位	规格	备注
场地	会计电算化机房	1	间	50 座	
设备	服务器 客户端 OFFOCE 办公软件	1 60 1	台 台 套		60 人/间机房
工具	不需要				55 人/间

（四）教学设备设施配备要求

课程实训场地主要是会计电算化实训室，也可在教室结合教学内容进行。同时，实训场地或教室要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

为使课程实训与企业真实环境相似，需准备下列实训设施：多媒体教学设备，主要包括指导教师用计算机一台，液晶投影仪一台，服务器一台，学生机六十台，局域网架构，交换机 4 台，千兆或百兆网速。主要的软件包括教学用会计软件一套(用友财务教学软件 U8V10.1)（含服务器端和 60 个客户端口），多媒体教学软件一套，数据库软件一套，杀毒软件一套。

（五）教材及参考资料要求

1．教学资料选取原则

《Excel 在财务管理中的应用》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的最新会计准则制度规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是高职高专“十二五”规划教材，以理论与实践结合为主要手段的相关教材，以岗位能力培养为核心。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于该课程有前导课程，因此，教材的内容在注重 EXCEL 实际操作技能训练的同时，还应把现有企业财务管理的案例融入教材，以便教材内容更加贴近企业财务管理的实际。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

（1）《Excel 在财务管理中的应用》刘捷萍主编；高等教育出版社；

（2）《Excel 在财务管理中的应用（第四版)》东北财经大学出版社、周丽媛主编

4．其他资源

会计电算化机房、财务软件、教学课件、教学挂图、教学视频、来自企业行业的制度与管理规范、财务案例等企业生产软资源等。

六、说明

1．本课程标准由《Excel 在财务管理中的应用》教学团队合作开发。

2．本课程标准在使用过  程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2021 年 5 月 1 日

附录　教学设备设施配备要求

《Excel 在财务管理中的应用》课程教学机房设备设施配备要求

项目	实训室名称	配置要求		功能
		主要设施设备、工具	数量	
学生用计算机	会计信息系统应用实训室	计算机配置满足安装主流教学软件要求，如安装 Office 办公软件。可选配多媒体教学支持系统，安装教学管理系统(如极域广播控屏软件等)。	60 台	用于 EXCEL 进行财务管理的课程实训。
教师用计算机		配置优于学生用计算机配置，安装教学管理系统(如极域广播控屏软件等)	1 台	
软件配置		安装 Office 办公软件等工具软件；多媒体教学软件一套，杀毒软件一套。	套	
网络连接		网络交换机，网络接入带宽 1000Mbps（千兆）或 100Mbps（百兆）网速		

湖南商务职业技术学院
《财务大数据分析》课程标准
（2021年版）

本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

2021年5月

目　　录

一、课程性质与任务 336
（一）课程性质 336
（二）课程任务 336
二、课程核心素养与课程目标 337
（一）课程核心素养 337
（二）课程目标 337
三、课程结构 338
（一）课程模块 338
（二）学时安排 338
四、课程内容 340
五、课程实施 343
（一）教学要求 201
（二）教师团队建设 343
（三）课程考核与评价 344
（四）教学设备设施配备要求 347
（五）教材及参考资料要求 347
六、说明 347
附录　教学设备设施配备要求 348

《财务大数据分析》课程教学标准

课程代码：0102001

课程名称：财务大数据分析

课程类别：理论+实践课

总学时：64 学时　　理论学时：40 学时　　实践学时：24 学时

学　分：4 学分

适用专业：大数据与财务管理

预修课程：《初级会计实务》、《企业财务管理》、《计算机基础》、《纳税实务》、《会计信息系统应用（财务链）》等课程

开课部门：会计学院

标准开发：本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

一、课程性质与任务

（一）课程性质

《财务大数据分析》是高等职业教育大数据与财务管理专业开设的一门专业核心课程。本课程是以互联网+大数据分析平台为基础，以财报分析为核心，结合大量企业真实案例，以培养企业数据处理、数据分析的职业能力为目的，借助业财融合的大数据分析技术对企业的经营活动进行分析、预测、决策和规划来进行，采用教、学、实践应用合一的方法组织教学过程。该课程具有很强的实践性、技术性和应用性，融合了会计、管理、计算机等多个学科领域的知识，注重财会专业核心职业能力的培养。

（二）课程任务

本课程将大数据技术纳入财务报表分析，引导学生运用财经大数据和可视化分析工具，通过智能化、可视化、动态化图表的对比，分析企业的三大报表、财务效率并对企业财务综合分析和评价。力求培养具有分析、预测和防范化解各种危机能力的财会行业高端需要的具有突出的数据分析与决策能力和创新精神的高素质跨界复合型财会人才。

二、课程核心素养与课程目标

（一）课程核心素养

学生通过《财务大数据分析》课程的学习与实践需要掌握大数据挖掘、处理和分析的能力，形成了良好的学习习惯和信息化思维。本课程的核心素养主要包括工匠精神、良好的职业道德、大数据信息处理能力、终身学习能力四个方面。

1．工匠精神的培养

工匠精神是一种职业精神，也是职业道德、职业能力、职业品质的体现，同时也是一种职业价值取向和行为表现。在教学过程中，通过对学生的严格要求和正确引导，严谨认真地对待每一项工作任务，使学生具备精益求精的工匠精神。

2．良好职业道德的培养

在日常教学中，通过开展课程思政潜移默化地提升学生的会计职业道德。借助教育教学改革的大潮，提升学生的职业道德品质，在教学中不断进行渗透。

3．大数据信息处理能力的培养

数字经济转型背景下的财务人员要求具备良好的信息化处理能力，能够对财务大数据进行挖掘、加工、整理并进行综合分析与评价，为企业决策提供依据。

4．终身学习能力的培养

在互联网背景下，知识更替非常迅速，在互联网背景下，会计工作已经引入云计算、大数据等，信息技术的革新将改变会计工作内容和范围，会计人员岗位职责也从账务管理逐渐向管理型会计转变，会计人员需要将更多的时间投入到为企业管理层提供信息数据中，所以学习能力是互联网背景下财务人员的重要素养，会随着信息技术的变化加以提升，需要在未来工作岗位上不断学习以满足企业对人才的需求。教师教学中要有意帮助学生培养危机意识，激发学生主动学习的能动性和探究能力。

（二）课程目标

1.总体目标

通过本课程学习，培养学生大数据收集、整理和分析的能力，使其在分析数据的过程中灵活运用所学的财务管理、会计等学科的理论知识，并要求将实践与理论相结合，充分发挥学生的创造性和认知性。本课程的基本要求是：课程突出实践教学为重点，以大数据分析平台为载体，通过实验操作的方式，使用任务驱动、角色扮演、案例教学等教学方法，使学生掌握财务大数据分析的核心方法和操作技能。

2.具体目标

（1）素质目标

- 具有敏锐的网络信息意识，善于整合资源、乐于团队协作；
- 具有数据挖掘、数据分析能力；具有良好的职业道德与勇于创新精神；具备逻辑思维、管理思维财务决策思维。
- 具备认真严谨、精益求精的工匠精神；崇德向善、诚实守信、具有社会责任感和团队精神；具备协调能力、组织管理能力、全局观念。

2、知识目标

- 熟悉财务大数据分析平台的建模方法；
- 掌握大数据可视化分析工具的运用；
- 掌握大数据下的资产负债表、利润表、现金流量表以及财务效率等的分析思路和方法；掌握分析报告的撰写及汇报方法。

3、能力目标

具备数据挖掘、整合、应用能力；能通过智能化、可视化、动态化图表的对比，正确对公司资产负债表、利润表、现金流量表进行偿债能力、盈利能力、营运能力、发展能力等分析；能够形成综合分析与评价、运用财务数据进行经营管理决策的能力。

三、课程结构

（一）课程模块

《财务大数据分析》课程的主要内容包括：大数据建模与分析；资产负债表分析；利润表分析；现金流量表分析；财务效率分析；财务综合分析与评价。

（二）学时安排

本课程建议学时 64 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 1 所示。

表 1 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	大数据建模与分析	6	6	12
2	资产负债表分析	7	3	10
3	利润表分析	7	3	10
4	现金流量表分析	7	3	10
5	财务效率分析	7	3	10
6	财务综合分析与评价	2	2	4
7	财务分析报告撰写	2	2	4

8	课程考核		2	2
9	机动	2		2
	合计	40	24	64

四、课程内容

围绕学生所应具备的知识、素质和能力目标，本课程主要讲解财务大数据建模的基本思路，大数据可视化工具的使用方法，并进一步具体实践了资产负债表分析、利润表分析、现金流量表分析、财务效率分析、财务综合分析与评价以及财务分析报告的撰写。课程要求体现项目驱动，以典型案例为载体，运用任务驱动、角色扮演、案例教学等方法开展教学。将本课程内容分解成 6 个工作任务模块来开展教学，以培养学生的核心职业能力，满足学生就业与发展的需要。本课程具体内容与要求如表 2 所示。

表 2 课程结构与内容一览表

序号	工作任务模块	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	数据建模与分析	（1）企业财务分析认知 （2）构建数据模型 （3）数据可视化工具运用	了解企业财务分析的原理、内容和基本方法；掌握大数据建模的思路和方法；掌握大数据可视化工具的运用。	教师演示：以具体企业案例讲解企业财务分析的基本内容；并以财务分析的要点为指导进行大数据建模和大数据可视化工具操作演示。 学生操作：以财务分析的要点为基础进行大数据建模和大数据可视化工具操作练习。	案例教学法 任务驱动法
2	资产负债表分析	（1）资产负债表分析基本理论； （2）构建资产负债表分析模型； （3）运用可视化工具进行资产负债表的水平分析和垂直分析； （4）根据分析结果，对资产结构、资本结构作出评价、指出问题，并提出相应的改善措施。	熟悉资产负债表的内容；掌握运用大数据平台进行资产负债表的水平分析和垂直分析。	教师知识点讲解，操作演示、学生自主操作、分组差错分析：教师对资产负债表分析的理论讲解的基础上，建立资产负债表大数据分析模型的演示操作；学生学习资产负债表分析的要点，并在观看操作的基础上，进行操作练习；教师在授课过程中组织学生有针对性的进行差错分析。	案例教学法 任务驱动法

3	利润表分析	（1）利润表分析基本理论； （2）构建利润表分析模型； （3）运用可视化工具进行利润表的水平分析和垂直分析； （4）根据分析结果，对盈利结构作出评价、指出问题，并提出相应的改善措施。	熟悉利润表的内容；掌握运用大数据平台进行利润表的水平分析和垂直分析。	教师知识点讲解，操作演示、学生自主操作、分组差错分析：教师对利润表分析的理论讲解的基础上，建立利润表大数据分析模型的演示操作；学生学习利润表分析的要点，并在观看操作的基础上，进行操作练习；教师在授课过程中组织学生有针对性的进行差错分析。	案例教学法 任务驱动法
4	现金流量表分析	（1）现金流量表分析基本理论； （2）构建现金流量表分析模型； （3）运用可视化工具进行现金流量表的水平分析和垂直分析； （4）解读现金流量表，分析现金流量质量； （5）进行现金流量的增减变动分析、结构分析。	理解现金流量信息的作用；熟悉现金流量表的内容；掌握运用大数据平台进行现金流量表的水平分析与垂直分析。	教师知识点讲解，操作演示、学生自主操作、分组差错分析：教师对现金流量表分析的理论讲解的基础上，建立现金流量表大数据分析模型的演示操作；学生学习现金流量表分析的要点，并在观看操作的基础上，进行操作练习；教师在授课过程中组织学生有针对性的进行差错分析。	案例教学法 任务驱动法
5	财务效率分析	（1）财务效率指标含义和计算方法； （2）构建财务效率分析模型； （3）运用可视化工具进行盈利能力分析； （4）运用可视化工具进行运营能力分析； （5）运用可视化工具进行偿债能力分析； （6）运用可视化工具进行发展能力分析。	熟悉偿债能力的主要分析评价指标；熟悉盈利能力、营运能力、发展能力的主要分析评价指标；理解各项指标分析评价的内容；掌握各项指标的计算与分析评价方法	教师知识点讲解，操作演示、学生自主操作、分组差错分析：教师对财务效率分析的理论讲解的基础上，建立财务效率大数据分析模型的演示操作；学生学习财务效率分析的要点，并在观看操作的基础上，进行操作练习；教师在授课过程中组织学生有针对性的进行差错分析。	案例教学法 任务驱动法

6	财务综合分析与评价	（1）构建杜邦财务分析体系模型； （2）运用杜邦分析体系模型进行综合财务分析与评价； （3）构建经营业绩综合评价模型； （4）运用经营业绩综合评价模型进行综合财务分析与评价。	明确财务报表综合分析的意义；熟悉财务报表综合分析方法的内容；掌握并运用大数据平台进行杜邦分析和经营业绩综合评价。	教师知识点讲解，操作演示、学生自主操作、分组差错分析：教师对杜邦分析体系和经营业绩综合评价的理论讲解的基础上，建立杜邦分析体系模型和经营业绩综合评价模型的演示操作；学生学习财务综合分析的要点，并在观看操作的基础上，进行操作练习；教师在授课过程中组织学生有针对性的进行差错分析。	案例教学法 任务驱动法
7	财务大数据分析报告撰写	（1）收集财务大数据平台的数据信息； （2）撰写财务大数据分析报告。	了解财务大数据分析报告的内容、结构、分类；掌握财务大数据分析报告撰写的程序和方法。	教师知识点讲解，操作演示、学生自主操作、分组差错分析：教师对财务大数据分析报告撰写要求讲解的基础上，编制财务大数据分析报告演示操作；学生学习财务大数据分析报告撰写的要点，并在观看操作的基础上，进行操作练习；教师在授课过程中组织学生有针对性的进行差错分析。	案例教学法 任务驱动法

五、课程实施

（一）教学要求

《财务大数据分析》课程要求学生具备运用财务大数据平台进行数据挖掘、整理和分析的能力，达到课程所要求的素质、知识、能力三维目标。通过学习和训练，不断积累职业知识、提升职业技能、养成职业素质。在此基础上，再通过综合工作任务的训练，提升综合业务处理能力。同时通过校企合作，加大校外实习的机会，结合校内的实习，提升学生的岗位职业能力注重教学互动，充分体现工学结合、任务驱动、项目导向式教学模式，利用大数据财务分析平台，引领学生掌握财务报表解读、拥有综合财务分析的基本视角、思路和方法；切实加强课程思政，将职业道德、工匠精神融入教学全过程。

（二）教师团队建设

1．课程负责人

课程负责人应该熟悉财务大数据分析理论知识和基本业务流程，具有一定的财务分析的能力，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在财务大数据分析等领域有一定影响，具有中级职称（或中级职业资格）的“双师”素质教师。

2．主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有财务大数据分析教学经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具有财务分析的专业知识和数据运用的工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

3．教师专业背景与能力要求

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高校教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称，在财务分析和数据运用方面有较强的实践能力。

（三）课程考核与评价

1. 课程考核成绩构成

本课程包括理论和实践操两部分，既要关注学生的财务分析理论知识的考核也要注重学生实践操作能力的考核，课程考核方式为上机考试，建立由“过程考核”+“期末考试”相结合的考核模式。其中“过程考核”在每个任务模块结束后分组进行一次考核，“期末考试”系统、全面地进行全部知识和技能的测试。

期末总评成绩=实验考核（过程考核）（占总成绩 10%）+平时成绩（占总成绩 20%）+期末操作技能测试（占总成绩 70%）。

（1）平时成绩考核占 20 分

平时成绩考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行。

（2）实验考核（或过程性考核）成绩占 10 分

平时测验等方面进行，要求学生提交 word 分析报告，截图文档资料。

（3）期末上机测试（满分 100 分，占总成绩的 70%）

包括两个部分，理论题测试和操作题测试。其中理论测试题占 30%，考试题型为：单选题+多选题+判断题；操作题测试占 70%，具体的技能测试标准见表 3。

表 3 期末操作技能测试标准

考核点	占项目分值比	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
资产负债表分析	20%	学生能熟练地构建大数据资产负债表分析模型，并进行资产负债表分析，没有任何差错	学生能较熟练地构建大数据资产负债表分析模型，并进行资产负债表分析	学生基本熟练地构建大数据资产负债表分析模型，并进行资产负债表分析	学生基本能够构建大数据资产负债表分析模型，并进行资产负债表分析，无重大失误
利润表分析	20%	学生能熟练地构建大数据利润表表分析模型，并进行利润表分析，没有任何差错	学生能较熟练地构建大数据利润表表分析模型，并进行利润表分析	学生基本熟练地构建大数据利润表表分析模型，并进行利润表分析	学生基本能够构建大数据利润表表分析模型，并进行利润表分析，无重大失误
现金流量表分析	20%	学生能熟练地构建大数据现金流量表分析模型，并进行现金流量表分析，没有任	学生能较熟练地构建大数据现金流量表分析模型，并进行现金流量表分	学生基本熟练地构建大数据现金流量表分析模型，并进行现金流量表分	学生基本能够构建大数据现金流量表分析模型，并进行现金流量表分析，

考核点	占项目分值比	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
		何差错	析	析	无重大失误
财务效率分析	20%	学生能熟练地构建财务效率分析模型，没有任何差错	学生能较熟练地构建财务效率分析模型	学生基本熟练地构建财务效率分析模型	学生基本能够构建财务效率分析模型，无重大失误
财务综合分析与评价	10%	学生能熟练地运用大数据平台构建的财务综合分析模型，并运用数据可视化工具进行评价，没有任何差错	学生能较熟练地运用大数据平台构建的财务综合分析模型，并运用数据可视化工具进行评价	学生基本熟练地运用大数据平台构建的财务综合分析模型，并运用数据可视化工具进行评价	学生基本能够运用大数据平台构建的财务综合分析模型，并运用数据可视化工具进行评价，无重大失误
财务大数据分析报告撰写	10%	学生能熟练地收集整理财务大数据分析数据，并撰写财务大数据分析报告，没有任何差错	学生能较熟练地收集整理财务大数据分析数据，并撰写财务大数据分析报告	学生基本熟练地收集整理财务大数据分析数据，并撰写财务大数据分析报告	学生基本能够收集整理财务大数据分析数据，并撰写财务大数据分析报告，无重大失误

2.课程考核内容

根据本课程的教学目标和核心技能培养，重点选取核心技能模块的内容进行考核。考核使用财务大数据平台软件和 EXCEL 操作软件。

具体考核内容如下：

（1）数据建模与分析

- 大数据平台建模基础设置
- 数据可视化工具运用

（2）资产负债表分析

- 资产负债表分析基本理论
- 资产负债表分析模型设置
- 运用数据可视化工具进行资产负债表的垂直和水平分析

（3）利润表分析

- 利润表分析基本理论
- 利润表表分析模型设置

- 运用数据可视化工具进行利润表的垂直和水平分析

（4）现金流量表分析

- 现金流量表分析基本理论
- 现金流量表分析模型设置
- 运用数据可视化工具进行现金流量表的垂直和水平分析

（5）财务效率分析

- 财务效率指标的含义
- 财务效率指标的计算方法
- 财务效率分析模型设置
- 运用数据可视化工具进行盈利、运营、偿债和发展能力分析

（6）财务综合分析与评价

- 杜邦分析模型设置与数据分析

（7）财务大数据分析报告撰写

- 综合运用财务大数据分析结果，撰写分析报告

3. 考核方案

（1）考核要求

①技能要求

要求学生能够熟练掌握运用财务大数据平台进行数据的挖掘、整合；能通过智能化、可视化、动态化图表的对比，正确对公司资产负债表、利润表、现金流量表进行偿债能力、盈利能力、营运能力、发展能力等分析；能够形成综合分析与评价、运用财务数据进行经营管理决策的能力。

②操作规范及职业素养要求

符合企业会计工作的基本素质要求(认真、细致、客观、整洁、谨慎、耐心)。能事前做好准备工作，能按要求正确使用计算机和财务大数据平台、每次上机及考核时都能保持工作台面清洁、及时清扫废弃杂物等。

（2）考核方式

本课程采用上机操作考试。

（3）考核实施条件

表 4　课程考核实施条件一览表

项目	名称	数量	单位
场地	机房	1	间
设备	服务器 客户端（学生机） 财务大数据平台、OFFICE 办公软件	1 60 1	台 台 套

（四）教学设备设施配备要求

《财务大数据分析》实训场地主要是机房，也可在教室结合教学内容进行。同时，实训场地或教室要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

为使《财务大数据分析》实践与企业真实环境相似，需准备下列实训设施：多媒体教学设备，主要包括指导教师用计算机一台，液晶投影仪一台，服务器一台，学生机六十台，局域网架构，交换机 4 台，千兆或百兆网速。主要的软件包括教学用财务大数据品台，多媒体教学软件一套，杀毒软件一套。

（五）教材及参考资料要求

本课程为全新开发课程，目前没有出版的教材，主要使用教学讲义以及财务大数据平台提供的学员学习手册。

1.推荐教材与参考书

《PowerBI 智能财务应用与实战从新手到高手》祝泽文编，中国铁道出版社

2.参考网络资源

智慧职教网翟金花老师的《财务大数据分析》课程

六、说明

1、本课程标准由《财务大数据分析》教学团队、校企合作公司（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：

4、初审（教研室主任或专业带头人）：

5、二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2021 年 5 月 4 日

附录　教学设备设施配备要求

《财务大数据分析》课程教学机房设备设施配备要求

项目	实训室名称	配置要求		功能
		主要设施设备、工具	数量	
学生用计算机	智能财务实训室	计算机配置满足安装主流教学软件要求，如安装 Office 办公软件。支持网络同传和硬盘保护；可选配多媒体教学支持系统，安装教学管理系统(如极域广播控屏软件等)。	60 台	用于财务大数据分析课程实训。
教师用计算机		配置优于学生用计算机配置，安装教学管理系统(如极域广播控屏软件等)	1 台	
软件配置		安装 Office 办公软件、财务大数据平台软件；多媒体教学软件一套，数据库软件一套，杀毒软件一套。	套	
网络连接		网络交换机，网络接入带宽 1000Mbps（千兆）或 100Mbps（百兆）网速		

湖南商务职业技术学院
《财务大数据应用》课程标准
（2021年版）

本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

2021年5月

目　　录

一、课程性质与任务 351
（一）课程性质 351
（二）课程任务 351
二、课程核心素养与课程目标 352
（一）课程核心素养 352
（二）课程目标 352
三、课程结构 353
（一）课程模块 353
（二）学时安排 353
四、课程内容 355
五、课程实施 357
（一）教学要求 357
（二）教师团队建设 357
（三）课程考核评价 358
（四）教学设备设施配备要求 359
（五）教材及参考资料要求 360
六、说明 360
附录　教学设备设施配备要求 362

《财务大数据应用》课程标准

课程代码：

课程名称：财务大数据应用

课程类别：理论+实践课

总学时：56 学时　　理论学时：36 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：3.5 学分

适用专业：大数据与财务管理

预修课程：《初级会计实务》、《企业财务管理》、《计算机基础》、《大数据基础》、《纳税实务》、《会计信息系统应用（财务链）》等课程

开课部门：会计学院

标准开发：本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

一、课程性质与任务

（一）课程性质

《财务大数据应用》是大数据与财务管理专业开设的一门专业核心课程，也是一门大数据技术应用提升课程，主要是为了培养学生大数据应用能力。本课程是专业核心职业能力培养课程体系的重要组成部分，课程开设在大数据基础、计算机应用、会计信息系统应用等课程之后，为后续进行《财务大数据分析》、《大数据与财务管理综合实训》课程的学习奠定基础。

（二）课程任务

本课程旨在使学生掌握运用 Python 语言进行软件开发的思想和基本方法，掌握大数据应用的基本方法，掌握大数据应用技术，能够结合专业相关业务问题熟练运用大数据技术工具进行数据处理，解决财务管理领域的实际问题，使学生具备较强的大数据分析思维及应用实践能力，为今后使用大数据及人工智能技术进行财务大数据分析打下良好基础。

二、课程核心素养与课程目标

（一）课程核心素养

学生通过《财务大数据应用》课程的学习与实践需要掌握大数据应用技术，结合专业解决财务管理领域的实际问题，养成数字化管理能力，具备良好的学习习惯和职业道德。本课程的核心素养主要包括精益求精的工匠精神、良好的职业道德、数字化管理能力、终身学习能力四个方面。

1．精益求精的工匠精神

工匠精神是一种职业精神，也是职业道德、职业能力、职业品质的体现，同时也是一种职业价值取向和行为表现。在教学过程中，通过对学生的严格要求和正确引导，严谨认真地对待每一项工作任务，使学生具备精益求精的工匠精神。

2．良好的职业道德

在日常教学中，通过开展课程思政潜移默化地提升学生的职业道德。借助教育教学改革的大潮，提升学生的职业道德品质，在教学中不断进行渗透。

3．数字化管理能力

数字经济转型背景下的财务人员要求具备良好的数据化管理能力，能够运用大数据应用技术对财务数据进行加工整理，从而获取关键的信息，为企业决策提供依据。培养学生数字化管理能力，必须从实训操作、仿真实践以及岗位实践中进行，在进行理论教学的同时，强化实践教学。

4．终身学习能力

在互联网背景下，知识更替非常迅速，在互联网背景下，财务管理工作已经引入云计算、大数据等，信息技术的革新将改变会计工作内容和范围，财务人员岗位职责也从账务管理逐渐向管理型会计转变，财务人员需要将更多的时间投入到为企业管理层提供信息数据中，所以学习能力是互联网背景下财务人员的重要素养，会随着信息技术的变化加以提升，需要在未来工作岗位上不断学习以满足企业对人才的需求。教师教学中要有意帮助学生培养危机意识，激发学生主动学习的能动性和探究能力，不满足课堂知识的学习。

（二）课程目标

1．总体目标

《财务大数据应用》是一门实践性较强的课程，本课程的总体目标是培养学生 Python 语言使用的基本技能和大数据应用技能，使学生具有较为基础的程序语言编写能力、一定的大数据处理能力和创新能力。

本课程的基本要求是：课程根据“学生为主体、教师为主导”的原则，按照

Python 由浅入深、从易到难的规律，结合具体案例进行教学，实现“教、学、做”一体，提高学生自主思考和操作的能力。

2．具体目标

（1）素质目标

- 具备大数据编程思维，为进行财务大数据分析和人工智能会计应用打好基础；
- 具备较强的自我管理与团队合作意识；
- 具备爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神。

（2）知识目标

了解 Python 语言特点；掌握 Python 编程基础知识；掌握 Python 的常用语句；掌握 Python 函数和字符串；掌握 Python 面向对象。

（3）能力目标

- 能够读懂财务大数据软件中的 Python 语句，并在财务大数据处理中灵活运用 Python 语句；
- 能够形成数字化管理能力和数字化应用能力，能够使用 Python 解决财务会计工作中的实际应用问题。

三、课程结构

（一）课程模块

《财务大数据应用》课程的基础模块是必修内容，包括 Python 编程基础知识、Python 的常用语句、Python 函数和字符串、Python 面向对象。

（二）学时安排

本课程建议学时 56 学时（其中理论学时 36，实训学时 20），建议第 4 学期开设。教学学时分配建议如下表 1 所示。

表 1 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	Python 概述	2	0	2
2	Python 基础语法	6	2	8
3	Python 程序语句	16	8	24
4	Python 函数	4	4	8
5	Python 序列数据	2	2	4
6	Python 面对向象	4	4	8

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
7	复习	2		2
	学时总计	36	20	56

四、课程内容

本课程主要学习大数据应用技术、Python 语言的基础知识，使学生具备编程思维，能够运用 Pyton 语言结合财务工作的实际需要进行大数据处理。通过理论与实践相结合，结合大量的案例，学习程序设计的基本原理。本课程具体内容与要求如表 2 所示。

表 2 课程结构与内容一览表

序号	工作任务模块	具体工作任务	知识内容与要求	技能内容与要求
1	大数据应用概论、Python 概述	大数据应用概论 Python 的发展历程 Python 的特点和应用领域 Python 程序开发环境 Python 程序的执行原理	了解大数据应用概念 了解 Python 的发展历程； 了解 Python 的特点和应用领域； 可以独立完成Python的安装并能新建 Python 文件； 掌握 Python 程序的执行原理；	要求学生动手搭建 Python 开发环境，然后新建一个 Python 文件，并安排学生进行上机操作。
2	财务大数据应用语法	基本语法 变量与数据类型 标识符与关键字 简单数值类型 运算符 位运算 运算符优先级	掌握 Python 中的变量和变量类型； 掌握 Python 中的标识符，能准确判断标识符的合法性； 了解 Python 的关键字，会查看关键字信息； 了解不同运算符的作用，会进行不同的数值运算。	要求学生进行上机实战，结合简单的案例 ，在 Python 开发平台中进行基础语法的练习，学会具体的应用。

序号	工作任务模块	具体工作任务	知识内容与要求	技能内容与要求
3	Python 程序语句	判断语句 循环语句 其他语句	掌握判断语句的使用； 掌握循环语句的使用； 掌握其他语句的使用。	要求学生进行上机实战，完成类似哥德巴赫猜想的案例，重点考核学生对判断、循环语句等内容的理解和运用能力。
4	Python 函数	Python 函数 Python 变量范围 函数调用 函数默认参数	了解什么是 Python 函数； 掌握 Python 变量范围； 掌握函数的定义与调用； 掌握函数参数的使用。	进行上机实战，完成定义函数：找出两个数的最小公倍数与最大公约数、打印万年历等案例，在案例实战中重点掌握函数定义和调用。
5	Python 序列数据	字符串类型 字符串函数 列表类型 元组类型 字典类型	掌握字符串这种数据类型在程序中的运用及编码形式； 掌握常用字符串函数； 掌握列表数据类型的运用； 掌握元组的使用； 掌握字典的使用。	进行上机实战，通过字符串对称、寻找子字符串、省份与城市列表、我的英文字典等案例的练习，重点掌握字符串、列表、元组、字典的运用方法。
6	Python 面向对象	类与对象 类的方法 对象初始化 类的继承	了解 Python 类和对象的概念 掌握 Python 方法的定义与调用 掌握对象初始化 掌握类的继承	进行上机实战，完成 Penson 类的定义及调用，构造新的日期类型，并通过综合练习学生信息管理的案例让学生掌握 Python 类和对象的使用方法。

五、课程实施

（一）教学要求

本课程主要采用理实一体化教学，教师理论讲解和学生实验操作相互融合，突出“学生为主体、教师为主导”的教学理念，采用案例分析、任务驱动教学法、小组合作探究法开展教学，体现教学做一体化；切实加强课程思政，将职业道德、工匠精神融入教学全过程，提升学生职业素养。积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。

在教学的过程中注重培养学生的动手能力，调动学生的积极性，利用大量案例教学，激发学生学习知识和技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力；采用大量的演示教学与案例教学，配合教师的讲授，让学生充分理解企业的实际操作流程；应建立起师生互动的良好教学氛围，当学生在实际操作中出现问题时，应尽量在教师的指导下自己动手解决，减少依赖性。

（二）教师团队建设

1．课程负责人

课程负责人应该熟悉大数据基础和计算机编程语言的理论知识、应用技能，具有一定的编程能力，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在计算机应用和财经类专业等领域有一定影响，具有中级职称（或中级职业资格）的“双师”素质教师。

2．主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有财经类和计算机类课程教学经验，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具有计算机和财务专业知识和工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

3．教师专业背景与能力要求

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高校教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称，在编程方面有较强的实践能力。

（三）课程考核评价

1．课程考核成绩构成

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时过程成绩占 50%；期末考试成绩占 50%。

（1）平时过程成绩

第一部分，课堂表现（20%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

第二部分，实践操作（30%）

其中：基础知识（40%），编码（40%），测试（20%）。

各实践操作成绩都由学生互评（30%）和教师评价（70%）两部分组成。

（2）期末考试成绩

采用实践考核或理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为上机考试或笔试。

2．课程考核内容

根据本课程的教学目标和核心技能培养，重点选取核心技能模块的内容进行考核。

具体考核内容如下：

（1）Python 程序基础

- Python 程序语句
- Python 数据类型
- Python 表达式

（2）Python 程序语句

- 简单条件语句
- 复杂条件语句
- while 循环语句
- for 循环语句

（3）Python 函数与模块

- Python 函数
- Python 变量范围

（4）Python 序列数据

- 符串类型
- 字符串函数

- 列表类型
- 元组类型

（5）Python 面向对象

- 类与对象
- 类的方法

3．考核方案

（1）考核要求

①技能要求

要求学生能够熟练掌握 python 的基本应用，能够运用 python 编写简单的程序语句，解决财务管理工作中存在的实际问题；能够读懂财务大数据平台中的 python 语句并灵活运用。

②操作规范及职业素养要求

符合企业工作的基本素质要求(认真、细致、客观、整洁、谨慎、耐心)。能事前做好准备工作，能按要求正确使用计算机和计算机软件、每次上机及考核时都能保持工作台面清洁、及时清扫废弃杂物等。

（2）考核方式

本课程采用上机操作考试。

（3）考核实施条件

表 4 课程考核实施条件一览表

项目	名称	数量	单位
场地	机房	1	间
设备	服务器 客户端（学生机） SQL_SERVER、Python	1 60 1	台 台 套

（四）教学设备设施配备要求

《财务大数据应用》实训场地主要是机房，也可在教室结合教学内容进行。同时，实训场地或教室要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

为使《财务大数据应用》实践与企业真实环境相似，需准备下列实训设施：

多媒体教学设备，主要包括指导教师用计算机一台，液晶投影仪一台，服务器一台，学生机六十台，局域网架构，交换机 4 台，千兆或百兆网速。主要的软件包括教学用软件一套（python 开发平台）（含服务器端和 60 个客户端口），多媒体教学软件一套，数据库软件一套，杀毒软件一套。

（五）教材及参考资料要求

以培养实践能力，创新能力为指导思想，贯彻高职高专培养目标，强调理论和实践的结合，便于教师备课和学生自学的教材，建议采用有丰富资源的教材，解放教师备课任务，使教师有更多的时间用于教学上。

推荐教材与参考书：

《Python 快速编程入门》 ，人民邮电出版社

开发本课程的微课视频、教学课件、数字化教学案例库、数字教材、题库等数字资源，依托超星学习通网络教学平台，建设《财务大数据应用》网络在线精品开放课程，并不断进行数字资源更新。

同时，适当选用共享型、教学互动、适应线上线下混合式教学模式的优质网络教学资源。

https://www.python.org/
https://www.liaoxuefeng.com/wiki/0014316089557264a6b348958f449949df42a6d3a2e542c000
http://www.runoob.com/python/python-tutorial.html
https://www.pythontab.com/

六、说明

1．本课程标准由《财务大数据应用》课程教学团队合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：杨小燕

4．初审（教研室主任或专业带头人）：杨小燕

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

2021 年 5 月 2 日

附录　教学设备设施配备要求

《财务大数据应用》课程教学机房设备设施配备要求

项目	实训室名称	配置要求		功能
		主要设施设备、工具	数量	
学生用计算机	智能财务实训室	计算机配置满足安装主流教学软件要求，如安装 Office 办公软件、 SQL_SERVER 数据库系统、Python 开发工具。 Python 开发工具等软件的教学软件要求；支持网络同传和硬盘保护；可选配多媒体教学支持系统，安装教学管理系统(如极域广播控屏软件等)。	60 台	用于财务大数据应用课程实训。
教师用计算机		配置优于学生用计算机配置，安装教学管理系统(如极域广播控屏软件等)	1 台	
软件配置		安装 Office 办公软件、SQL 数据库系统、Python 开发工具等软件；多媒体教学软件一套，数据库软件一套，杀毒软件一套。	套	
网络连接		网络交换机，网络接入带宽 1000Mbps（千兆）或 100Mbps（百兆）网速		

湖南商务职业技术学院
《成本核算与管理》课程标准
（2021年版）

本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

2021年5月

目　　录

一、课程性质与任务.....1
（一）课程性质.....1
（二）课程任务.....1
二、课程核心素养与课程目标.....1
（一）课程核心素养.....1
（二）课程目标.....2
三、课程结构.....4
（一）课程模块.....4
（二）学时安排.....4
四、课程内容.....5
五、课程实施.....9
（一）教学要求.....9
（二）教师团队建设.....9
（三）课程考核评价.....10
（四）教学设备设施配备要求.....11
（五）教材及参考资料要求.....12
六、说明.....13

《成本核算与管理》课程教学标准

课程代码：0101005

课程名称：成本核算与管理

课程类别：（理论+实践）课

总学时：56 学时　　理论学时：36 学时　　实践学时：20 学时

学　　分：3.5 学分

适用专业：大数据与财务管理专业

预修课程：基础会计、初级会计实务、经济法基础、纳税实务、企业财务管理

开课部门：会计学院

标准开发：本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

一、课程性质与任务

（一）课程性质

成本核算与管理是财务管理专业的一门专业核心课，是一门重要实践性课程，是财务管理专业必不可缺少的技能性操作环节，为使学生增强对成本会计知识的理解和感性认识，提高成本会计业务的综合处理能力，掌握成本会计工作的全过程，使其毕业后也能从事成本会计工作。本课程内容包括成本会计的基础理论（知晓成本会计的含义、熟悉成本核算程序等）和生产要素费用的归集与分配、产品成本计算品种法、分批法、分步法及辅助方法。本课程采用开放式教学设计，以学生为主体，倡导自主学习，学以致用，学用结合；以制造企业为业务背景，以学生为主体，实施以“教、学、做一体化”和“项目导向、任务驱动”的教学模式。

（二）课程任务

通过本课程，使学生熟悉各成本会计岗位日常工作内容和职责要求，认知企业成本核算及成本报表的编制和分析，认知企业成本核算的内在业务逻辑关系。

二、课程核心素养与课程目标

（一）课程核心素养

课程核心素养是育人价值的集中体现，是学生通过课程学习与实践所掌握的相关知识和技能，以及逐步形成的正确价值观、必备品格和关键能力。高等职业

教育专科成本核算与管理课程学科核心素养主要包括创新意识、团队意识、社会责任三个方面。

1.创新意识

在进行现代经济管理的过程中，需要对经济的活动进行一定的了解，相较于传统的降低成本来获得企业利润的方式，新型的利润增长方式已经出现，并不断的对经济的发展起到了巨大的影响作用，片面的降低成本反而会影响企业的信誉。因此，在进行成本核算与管理的学习中需要将传统的观点进行一定的改进，树立先进的成本理念。在实际的学习中可以对学生的竞争意识和创新意识进行一定的培养，适当的结合相关的成功会计模式和会计理念，从长远发展的角度上进行考虑，综合各项指标，进行全面的核算。

2.团队意识

成本管理工作是一项综合性很强、涉及面很广的管理工作，仅靠财会部门和成本会计工作是难以完成的。学生在学习成本核算与管理课程时，要注意做到账账相符，账实相符，具备团队精神、协调能力、组织管理能力、全局观念。

3.社会责任

具备社会责任感和社会参与意识；遵守行业道德规范和法规，保守秘密，敬岗爱业。

（二）课程目标

1.总体目标

《成本核算与管理》课程总体目标是通过本课程的学习，使学生了解成本管理是实现企业利润最大化的主要手段之一，成本核算岗位在会计岗位中占有举足轻重的地位，培养学生的实践能力。通过组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生扎实掌握企业成本会计核算的基本方法，掌握成本会计岗位的业务技能并拥有更好地履行其岗位职责的能力。

本课程的基本要求是：本课程采用以职业任务和行动过程为导向的工作过程系统化学习课程模式，根据企业成本核算岗位，结合会计技能比赛内容，让学生在学习项目、完成任务中学习并掌握成本核算知识、成本计算方法、成本核算的

基本技能，增强课程内容与职业岗位能力要求的相关性。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实的成本核算与管理理论知识。

2.具体目标

根据高职财务管理专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1.素质目标

（1）保持持续学习、不断更新专业知识的意识；

（2)具备严谨的工作作风以及创新意识;具备刻苦学习的精神，具有严谨、细致、认真、耐心的职业素质；

（3）具备良好的会计职业道德和团队协作精神；

（4）具备社会责任感和社会参与意识；

（5）具备团队精神、协调能力、组织管理能力、全局观念；

（6）遵守行业道德规范和法规，保守秘密，敬岗爱业；

（7）具有创新、创业精神，能规范与完善企业内部管理制度。

2.知识目标

（1）掌握要素费用和成本项目的确定，掌握各项费用的日常核算工作；

（2）掌握产品成本核算的各种方法；

（3）掌握成本费用相关的各项定额的制定及调整；

（4）掌握各种成本会计报表的编制和分析方法。

3.能力目标

（1）具有成本核算与分析能力，能够根据企业生产特点进行成本核算程序的设计；

（2）能够进行要素费用与综合费用的归集与分配，编制各种分配表，并正确核算产品成本；

（3）能够根据企业生产实际，选择相应的成本计算方法，并正确核算产品成本；

（4）能够制定成本费用的各项定额，配合管理部门进行生产绩效考核；

（5)能够编制主要成本报表，并进行相关分析，参与管理部门的成本决策。

三、课程结构

（一）课程模块

本课程教学模块分为 7 个部分，即总论、要素费用的核算、综合费用的核算、生产费用在完工产品与在产品之间的分配、成本计算的基本方法、成本计算的辅助方法和成本报表编制和分析。

（二）学时安排

本课程学时 56 学时，建议第四学期开设，教学学时分配建议如表 1 所示。

表 1　教学学时分配表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	总论	2		2
2	要素费用的核算	4	4	8
3	综合费用的核算	8	4	12
4	生产费用在完工产品与在产品之间的分配	4	2	6
5	成本计算的基本方法	12	6	18
6	成本计算的辅助方法	4	2	6
7	成本报表的编制和分析	2	2	4
	合计	36	20	56

四、课程内容

本课程内容主要包含费用的分类、成本核算的一般程序、要素费用的核算、辅助生产费用的核算、制造费用的核算、废品损失和停工损失的核算、生产费用在完工产品与在产品之间的分配方法、产品成本计算的基本方法和成本报表的编制和分析。通过本课程使学生具备本专业的技术技能型湘商人才所必需的成本核算与管理的基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。本课程具体内容与要求如表 2 所示。

表 2　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	思政元素	要求
1	总论	（1）企业成本核算的原则和要求 （2）成本的分类 （3）成本核算的账户设置 （4）成本核算的一般程序	认知成本会计，了解成本会计的基本因素。	树立正确的人生观，警惕和抵制错误的人生观。	知识： 1．了解成本核算对象的确定； 2.理解成本会计的核算原则和要求； 3．掌握费用的分类及其内容； 4.了解产品成本核算的组织及相关会计制度； 5.熟悉产品成本核算的一般程序。 技能： 1．　能协调企业生产过程中各部门有关成本核算的凭证填制、传递及交接工作； 2.能确定成本核算相关账户的设置； 3.能根据企业生产情况设计成本核算程序。
2	要素费用的核算	（1）材料费用的归集与分配 （2）外购动力费用的归集与分配 （3）薪酬费用的归集与分配 （4）其他要素费用的归集与分配	案例分析、讨论：各种要素费用的归集与分配。	树立正确的成本价值观，发扬中华民族勤俭节约的传统美德。	知识： 1．了解各种要素费用的特点； 2.掌握各项要素费用的归集和费用方法； 3．掌握产品成本项目的确定； 4.了解各项要素费用相关的政策制度。 技能： 1.能根据企业生产情况设置产品成本项目； 2.能完成要素费用的归集与分配； 3.能确定各种要素费用归属的成本项目； 4.在要素费用核算过程中能遵

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	思政元素	要求
					守相关成本 制度。
3	综合费用的核算	（1）辅助生产费用的归集与分配 （2）制造费用的归集与分配 （3）废品损失的归集与分配 （4）停工损失的确认、归集与分配	案例分析、讨论：辅助生产费用、制造费用、废品损失、停工损失的归集与分配。	融入马克思在《资本论》中关于折旧的精彩论述，弘扬马克思主义的精髓，运用马克思主义的科学立场、方法解决各类理论及实践问题。	知识： 1.掌握辅助生产成本归集和分配的方法； 2. 清楚辅助生产成本归集和分配方法的特点 和适用范围，并能合理选择方法； 3.掌握制造费用归集和分配的具体方法，并合理选择分配方法； 4.明确废品损失的含义，掌握废品损失核算 的具体方法。
					技能： 1.能分清辅助生产成本各分配方法的特点和 适用范围 ； 2. 能正确运用辅助生产成本的分配方法； 3.能合理选择制造费用分配方法进行分配； 4. 能进行废品损失的核算。
4	生产费用在完工产品与在产品之间的分配	（1）在产品的数量核算 （2）生产费用的分配方法 （3）完工产品的成本结转	案例分析、讨论：完工产品与在产品成本计算。	阐述职业社会责任，会计人员只能在会计准则允许的范围内选择成本计算方法，培养坚持准则、诚实守信的职业道德。	知识： 1.了解在产品和完工产品的含义； 2. 理解生产费用各种分配方法的特点和适用 范围 ； 3. 掌握生产费用各种分配方法； 4.培养解决生产费用分配实际问题的能力。
					技能： 1. 能正确计算在产品的数量； 2.能区分各种费用分配方法的特点和适用范围；

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	思政元素	要求
					3.能根据产品生产特点选择费用分配方法，并进行生产费用的分配； 4．能正确编制产品成本计算单。
5	成本计算的基本方法	（1）产品成本计算方法的选择 （2）成本计算的品种法 （3）成本计算的分批法 （4）成本计算的分步法	案例分析、讨论：品种法、分批法、分步法的应用。	塑造会计精神，弘扬诚信友善的社会主义核心价值观；职业谨慎，培养诚实守信职业道德。	知识： 1.了解产品生产的特点和管理要求对产品成 本计算方法的影响 ； 2.理解各种产品成本计算方法的特点和适用范围； 3．掌握产品成本计算的品种法； 4．掌握产品成本计算的分批法； 5.掌握逐步结转分步法和平行结转分步法； 6.掌握综合成本还原计算的原理及方法。
					技能： 1．能根据生产特点和管理要求，选择确定产品成本的计算方法； 2.能按品种法完成成本核算程序的全过程； 3.能采用一般分批法和简化分批法计算产品成本； 4.能根据逐步结转分步法和平行结转分步法核算产品成本； 5.能编制产品成本还原计算表进行成本还原。
6	成本计算	（1）成本计算的分类法	案例分析、讨	通过定额计算控制成本	知识： 1.了解各种成本计算辅助方法

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	思政元素	要求
	的辅助方法	（2）联产品、副产品、等级产品的成本计算 （3）成本计算的定额法	论：分类法、定额法的应用、联产品、副产品、等级产品的成本计算。	来宣传党的廉洁自律准则，反对享乐主义、奢靡之风，促成清正廉洁的政治本色。还可引入会计的监督职能，以及参与管理、强化服务的会计职业道德。	的特点和适用范围； 2.理解各种成本计算辅助方法的基本原理； 3.掌握各种成本计算辅助方法的应用。
					技能： 1.能根据企业生产的特点选择相应的成本计算的辅助方法； 2.能运用分类法分配计算产品成本； 3．能运用定额法计算产品成本； 4．能计算联产品、主副产品、等级产品的成本。
7	成本报表编制和分析	（1）成本报表编制和分析方法 （2）产品生产成本表的编制和分析 （3）主要产品单位成本表的编制和分析 （4）制造费用明细表的编制和分析 （5）期间费用明细表的编制和分析	案例分析、讨论：成本报表的编制与分析。	结合财务造假案例，培养诚信理念。	知识： 1．明确成本报表的编制要求； 2.掌握基本成本报表的结构好编制； 3.掌握基本成本报表的分析方法； 4．能参与管理部门的成本决策。
					技能： 1．能编制产品生产成本表； 2．能编制主要产品单位成本表 ； 3.能对基本成本报表进行分析和说明。

五、课程实施

（一）教学要求

遵循“以学生为主体、教师为主导”的教学理念，以典型工作任务和行动过程为导向的工学结合模式，根据成本岗位要求，采用任务驱动、案例教学法、角色扮演法开展教学，注重学生实践操作能力的培养；切实加强课程思政，将职业道德、工匠精神融入教学全过程。《成本核算与管理》课程应根据培养学生成本核算能力这一主线，设置相应的成本计算训练来形成实践教育教学的框架。理论教学以“够用”为原则，强调理论对实践的指导作用。任课教师应具有熟练的成本核算与管理应用技能。

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“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生综合素质和职业能力培养，激发学生学习知识和学习技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力。

2．坚持仿真式教学，在计算机上实现仿真训练，训练内容、操作界面与实际应用保持一致，实现课堂学习与实际应用零距离对接，学生从事实际工作时不会有陌生感。应选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合。

3．教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。要不断改革教学方法和手段，注重以工作岗位任务引领型案例或项目教学，融“教、学、做”为一体，积极探索任务驱动、一体化教学、案例教学等多种教学方法，采取小组活动、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综合职业能力。

（二）教师团队建设

高等职业教育专科《成本核算与管理》教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的成本核算与管理的实践经验和良好的课程教学能力。《成本核算与管理》教师的数量应按照国家有关标准配备。

1．课程负责人

课程负责人应该熟悉成本会计工作的理论知识和基本业务流程，具有一定的成本核算与成本管理能力，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在成本

会计核算等领域有一定影响，具有中级职称（或中级职业资格）的“双师”素质教师。

2．主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有成本会计教学经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备成本核算与管理的专业知识；有丰富的成本会计工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

3．教师专业背景与能力要求

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高校教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称，在成本会计核算方面有较强的实践能力。

（三）课程考核评价

1.成绩构成

课程考核由平时成绩、期末闭卷和实践操作三部分组成。

2.考核内容

学习态度、知识与技能、综合素质表现（专业能力、社会能力、方法能力等）

3.考核方案

课程的考核采取理论考试与实践操作相结合的方式，理论部分实行相对灵活的课堂考试制度，实践部分实行“操作验收”制度，期末该课程考核成绩的各部分分值比重为：

1．平时成绩占总成绩的 10%，

出勤率＋学习态度＋作业成绩＋课堂表现＋精神面貌

2．期末闭卷考试占总成绩的 50%。

单选题＋多选题＋判断题＋计算分析题

3．实践操作 40％

7 个项目：项目一:总论；项目二:要素费用的核算；项目三、综合费用的核算；项目四:生产费用在完工产品与在产品之间的分配；项目五:成本计算的基本方法；项目六:成本计算的辅助方法；项目七:成本报表的编制和分析；实践操作设计了内

容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65%）、学习态度（20%）、实训报告撰写（15%），采取学生自评、互评及老师评价方式，注重过程考核，具体方案见下表。

表 3 课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1．迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2．课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	实践操作	1．要素费用的核算 2．综合费用的核算 3．生产费用在完工产品与在产品之间的分配 4．产品成本计算的基本方法和辅助方法的运用 5．成本报表的编制和分析 6．职业素养的能力	学生自评、老师评价	40%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题	闭卷考试	50%

（四）教学设备设施配备要求

1．实训室

应配有手工模拟操作台 100 座、示教台、实物投影仪、多媒体教学设备、文件柜，手工操作用的凭证、账簿、报表、会计科目、标准工作用品、凭证装订机、会计作业流程动态显示图等手工模拟实验使用的必备用具。

2．专业教学场地

应配备多媒体教室，有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

（五）教材及参考资料要求

1．教学资料选取原则

《成本核算与管理》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生

在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的最新会计准则制度规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是高职高专“十三五”规划教材，选用教材原则以成本核算岗位组织教学与实训，以理论与实践结合为主要手段的相关教材，以岗位能力培养为核心。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于成本核算与管理课程有前导课程，因此，教材的内容在注重成本核算技能训练的同时，还应把现有企业常成本核算与管理的案例融入教材，以便教材内容更加贴近成本核算与管理的实际。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

（1）《成本会计》（第七版）刘爱荣、杨萍主编　大连理工大学出版社；

（2）《成本会计实务》北京理工大学出版社、吴育湘主编

4．其他资源

开发本课程的微课视频、教学课件、数字化教学案例库、数字教材、题库等数字资源，依托超星学习通网络教学平台，建设《成本核算与管理》网络在线精品开放课程，并不断进行数字资源更新。

同时，适当选用共享型、教学互动、适应线上线下混合式教学模式的优质网络教学资源，如下表。

表 4 网络资源选用表

网络资源名称	网址
中国教育网	http://www.chinaedunet.com/
中华人民共和国财政部	http://www.mof.gov.cn/
智慧职教	https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=bfrsatsowzlmkyej9rj52w
中华会计网校	http://www.chinaacc.com/
东奥会计在线	http://www.dongao.com/
中国大会 MOOC	https://www.icourse163.org/course/JXVC-1206991803
中华会计网	http://www.kj2100.com/

六、说明

1．本课程标准由《成本核算与管理》课程教学团队合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2021 年 5 月 2 日

湖南商务职业技术学院
《管理会计实务》课程标准
（2021年版）

本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

2021年5月

目　　录

一、课程性质与任务.....1
（一）课程性质.....1
（二）课程任务.....1
二、课程核心素养与课程目标.....2
（一）课程核心素养.....2
（二）课程目标.....2
三、课程结构.....4
（一）课程模块.....4
（二）学时安排.....4
四、课程内容.....5
五、课程实施.....10
（一）教学要求.....10
（二）教师团队建设.....328
（三）课程考核评价.....329
（四）教学设备设施配备要求.....331
（五）教材及参考资料要求.....331
六、说明.....332
附录　教学设备设施配备要求.....333

《管理会计实务》课程教学标准

课程代码：0101038

课程名称：管理会计实务

课程类别：理论+实践课

总 学 时：64 学时　　理论学时：48 学时　　实践学时：16 学时

学　　分：4 学分

适用专业：大数据与财务管理、大数据与会计（中高衔接）

预修课程：基础会计、初级会计实务、经济法基础、纳税实务、企业财务管理

开课部门：会计学院

标准开发：本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

一、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程是大数据与财务管理、大数据与会计（中高衔接）专业核心课程，是一门新兴的将现代化管理与会计融为一体的综合性交叉学科。通过学习，学生了解现代管理会计学在会计学科体系中的地位和作用，掌握管理会计的基本内容和基本理论，学会如何在社会主义市场经济条件下和现代企业制度环境中，进一步加工和运用企业内部财务信息，预测经济前景、参与经营决策、规划经营方针、控制经营过程和考评责任业绩的基本程序、操作技能和基本方法。

（二）课程任务

本课程是服务于企业内部经营管理的信息系统。在现实生活中，管理会计工作可以渗透企业的各个方面,处于企业管理的核心地位。管理会计灵活运用各种专门的技术方法，对企业的生产经营活动进行规划和控制，在加强企业内部管理、提高经济效益方面具有重要的作用。因此，培养学生本课程定量分析的实践能力，展现本课程的应用性和先进性，是课程改革内容的重点。根据其内容结构特点，教学模式的设计既要重视基本理论，更要重视实际操作，把重点放在学生实际能力的培养上。

本课程以就业为导向，是在行业专家对财会类专业所涵盖的岗位群进行任务与职业能力分析的基础上开设的。根据高等职业院校财会类学生的认知特点来展示教学内容。在工作任务引领下以任务驱动、案例分析、小组讨论、实践操作等形式展开教学，使学生真切体会到会计人员在会计循环中所需的职业能力和实际动手能力。要求学生做学结合、边学

边做，以培养学生胜任会计业务操作的职业能力，提高学生分析和解决会计问题的实际操作能力，适应该岗位实际运用需要。

《管理会计》作为专业核心课程之一，其先修课程包括基础会计、初级会计实务、企业财务管理等。学生在初步掌握相关知识的基础上， 进行《管理会计实务》课程的学习，熟悉相关的基础知识、基本理论，掌握管理会计的基本技能，并能运用所掌握的管理会计知识进行实践应用。

二、课程核心素养与课程目标

（一）课程核心素养

《管理会计实务》课程管理会计是一门综合性应用，因此管理会计人才也应具备综合素养。其知识结构不仅要熟悉管理会计制度和工具，而且要有一定的综合思维方式。《管理会计实务》课程核心素养主要包括要有一定的格局意识、具备系统性的思考方式、具备系统性的思考方式三个方面。

(1)要有一定的格局意识

管理会计工具的使用既不是企业的事情，也不是企业的活动，它关系到企业的整体管理模式和效果，因此管理会计人员需要有一定的格局意识，才能从企业全局的角度设计和促进管理会计工具的落地。如果我们只是简单地促进工具的应用，它将不可避免地导致偏离业务期望，甚至与情况相反。

(2)具备系统性的思考方式。

一个企业的经营经常与整个企业联系在一起,运用管理会计工具的目的是为了带来持续的效益。以平衡计分卡为例，应在设计之初作为绩效管理工具进行系统思考，每个目标应逻辑统一，每个目标的设置应能够反映平衡，应区分优先级和优先级，更重要的是，应明确目标之间的因果关系或影响关系。模型的建立应具有内在的逻辑关系，以防止目标之间的矛盾影响工具的使用。

(3)能够进行全面的思考。

财务管理作为一个企业的守护者，必须要更多地了解整个业务流程的优势。财务会计要想成为一名合格的管理会计，不仅要继续做好自己的本职工作，而且要有一个尽可能全面的思维方式，使管理会计工具与业务深度融合，管理会计工具应得到管理实践的支持。

（二）课程目标

1．总体目标

通过《管理会计实务》本课程的学习，让学生理解管理会计的基本理论、基本内容和基本方法，能够熟练运用管理会计的工具和方法解决实际工作问题。

本课程的基本要求是：本课程采用案例教学法开展教学，将理论知识与实践应用相结合，引导学生运用管理会计工具解决实际工作中的具体问题。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实的管理会计理论知识和丰富的管理会计实务实践经验。

2．具体目标

根据高职大数据与财务管理、大数据与会计（中高衔接）专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1．素质要求

（1）具备一定的逻辑思维能力和管理决策能力。

（2）具备与决策者和其它相关人员沟通的能力。

（3）具备良好思想品德素质，做到崇德向善、爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则、学以致用；具备良好业务素质，能做好企业管理当局对企业管理的参谋。

（4）具备严谨、认真、细致、耐心的职业素养。

2．知识要求

（1）熟悉中西方管理会计的产生和发展历程，并充分认识到经济越发展，管理会计越重要的含义；

（2）熟悉我国管理会计体系的内容；

（3）熟悉管理会计的概念及分类，明确管理会计的目标和编制要求；

（4)熟悉成本的概念，了解成本的不同分类;熟悉掌握成本管理领域应用的工具方法；

（5）理解成本性态分类，掌握固定成本、变动成本和混合成本的特点、分解方法；

（6）熟悉与理解变动成本法的主要特点并了解变动成本法和完全成本法的区别；

（7）理解本量利分析的基本原理，掌握保本点分析和目标利润管理的方法；

（8）掌握决策的各种方法，各种成本概念

（9）理解各种生产决策

（10）熟悉预算管理的含义、原则、工具方法、应用环境等基本知识；掌握预算的类型及其编制的方法；

（11）掌握企业战略目标的确定、经营预算的编制、专门决策预算的编制、财务预算的编制以及全面预算的编制方法；

（12）熟悉与掌握直接材料成本差异计算与分析、直接人工成本差异计算与分析、制造费用成本差异计算与分析；

（13）掌握标准成本法的相关概念；

（14）掌握作业成本法的相关概念；

（15）熟悉绩效管理的原则及应用环境，掌握关键绩效指标法的计算和应用，平衡计分卡的基本原理和应用；

（16）熟悉责任中心划分、责任评价的方法及内部转移价格的制定。

3．能力要求

（1）能够充分认识到管理会计的重要性，积极宣传和推动管理会计工作；

（2）能熟悉我国管理会计概念框架体系；

（3）能树立正确的职业道德观，为以后从事管理会计工作奠定素质基础；

（4）能对企业经营中的各种成本进行性态划分，并对业务中的各种混合成本进行分解

（5）能够运用成本管理领域应用的工具方法，结合企业的具体情况进行熟练地应用。

（6）能运用本量利分析的基本原理进行保本点预测和敏感程度分析；

（7）通过运用短期经营决策分析的工具方法，进行有效的分析决策；

（8）能够运用预算编制原理和方法，编制各种预算；

（9）能够运用标准成本法进行分析

（10）能够运用作业成本法进行分析

（11）能运用绩效管理基本方法进行单位绩效管理；

（12）能正确评价经济业绩，考核责任单位实绩和成果。

三、课程结构

（一）课程模块

《管理会计实务》是一门理论性与实践性较强的课程，要求学生在理解管理会计的基本理论、基本内容和基本方法的基础上，熟练掌握管理会计的基本核算与分析方法。主要内容包括：管理会计认知、成本性态分析、变动成本法、本量利分析、短期经营决策、全面预算、成本控制、责任会计与绩效管理八部分内容。

（二）学时安排

本课程学时 64 学时（其中理学时：48　实训学时：16），建议第四学期开设，教学学时分配建议如下表 1 所示。

表 1　教学学时分配建议表

模块序号	工作任务模块	学 时 数		
		理论	实践	合计
1	管理会计认知	2	0	2
2	成本性态分析	4	2	6
3	变动成本法	4	2	6
4	本量利分析	8	2	10
5	短期经营决策	6	2	8
6	全面预算	10	2	12
7	成本控制	6	2	8
8	责任会计与绩效管理	4	2	6

9	管理会计综合案例分析	2	2	4
10	复习	2	0	2
合计	学时合计	40	16	48

四、课程内容

本课程考虑管理会计背景下的岗位技能需求，实现技术技能型人才的培养。基于就业岗位设计典型工作任务，对接课程标准，同时将 1+X 证书与课程项目、任务结合，将部分技能在课堂教学中予以实施。教学内容遵循由浅入深、由简入难、逐级递进的规律，真正做到课证融合。为提升本课程教学效果，采用线上线下混合教学模式对教学内容和方法进行了重新设计，把线上网络化教学、线下传统教学方式优势结合起来，既发挥教师引导、启发、监控教学过程的主导作用，又充分体现学生作为学习过程主体的主动性、积极性与创造性。本课程具体内容与要求如表 2 所示。

表 2　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块		课程内容	要求	教学方法 活动设计
1	管理会计总论（2 课时）	1-1 管理会计的形成和发展 1-2 管理会计的基本理论 1-3 管理会计和财务会计的比较	1.了解管理会计的产生和发展，并充分认识到经济越发展，管理会计越重要的含义； 2.理解与掌握管理会计的定义和目标； 3.熟悉与掌握管理会计的职能、特点和内容 4.理解管理会计与财务会计的联系与区别	知识： 1.了解管理会计的产生和发展 2.理解与掌握管理会计的定义和目标； 3.掌握管理会计的职能、特点和内容 技能： 1.充分认识到管理会计的重要性，积极宣传和推动管理会计工作； 2.能理会经济发展对管理会计的影响； 3.能构架管理会计概念体系，为以后从事管理会计工作提供理论保障； 4.能树立正确的职业道德观，为以后从事管理会计工作奠定素质基础。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过管理会计认知学习，培养学生作为会计人员的业务素质； 2.组织“管理会计讨论”的主题讨论活动，培养学生沟通能力。

2	成本性态分析（6课时）	2-1 成本及其分类 2-2 成本性态分类 2-3 混合成本分解	1. 理解成本性态分类，掌握固定成本、变动成本和混合成本的特点； 2. 掌握混合成本分解的历史成本分解法； 3. 理解与掌握高低点法、散布图法和回归分析法 4. 了解成本性态分析的单步骤程序和多步骤程序	知识： 1.熟悉成本的分类，为不同决策服务； 2.掌握固定成本、变动成本和混合成本的区别； 技能： 1.能够利用高低点法、散布图法和回归分析法计算相关的数据； 2.能够区分成本性态分析的单步骤程序和多步骤程序的区别。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过学习成本管理的概念和原则，能够理解成本管理的具体内涵； 2.通过学习高低点法、散布图法和回归分析法，使学生能以此计算相关的数据，提高其思维能力。
3	变动成本法（6课时）	3-1 变动成本法概述 3-2 变动成本法与完全成本法的比较 3-3 变动成本法的评价	1. 了解变动成本法的含义与理论依据； 2. 熟悉与理解变动成本法的主要特点； 3. 了解变动成本法和完全成本法的区别； 4. 掌握变动成本法的有效运用； 5. 了解变动成本法的评价。	知识： 1.熟悉成本的分类，为不同决策服务； 2.掌握变动成本法与完全成本法在计算单位产品成本时的区别； 技能： 3.能够将变动成本法进行有效的运用和评价。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过学习成本管理的概念和原则，能够理解成本管理的具体内涵； 2.通过学习成本管理领域用的工具方法，使学生了解在不同内外部环境下可选择的成本管理工具方法。
4	本量利分析（10课时）	4-1 本量利分析的认知 4-2 贡献毛益及相关指标 4-3 盈亏平衡计算分析—公式法 4-4 盈亏平衡计算分析—图解法 4-5 本量利的敏感性分析	1.理解和掌握本量利分析的概念、基本假设和基本模型； 2.了解贡献毛益及相关指标； 3.理解单一品种的盈亏平衡分析； 4.掌握多品种的盈亏平衡分析-综合贡献毛益率法、多品种的盈亏平衡分析-联合单位法和掌握盈亏平衡计算分析—图解法； 5.理解经营安全分析、保利点分析 6.理解与熟悉本量利的敏感性分析	知识： 1.理解和掌握本量利分析的概念、基本假设和基本模型； 2.掌握多品种的盈亏平衡分析-综合贡献毛益率法、掌握多品种的盈亏平衡分析-联合单位法、掌握盈亏平衡计算分析—图解法； 3.理解与熟悉本量利的敏感性分析、经营安全分析和保利点分析。 技能： 1. 能够利用本量利分析模型进行保本分析。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过学习本量利分析的概念、基本假设和基本模型，能够理解本量利分析的具体内涵； 2.通过学习多品种的盈亏平衡分析的工具方法，使学生了解在不同内外部环境下可选择的盈亏平衡计算分析工具方法。 3.通过盈亏临

				2. 能够利用本量利分析模型进行利润预测分析。 3. 能够利用本量利分析模型进行安全分析。 4.能够利用本量利分析模型进行敏感性分析。	界点的学习，设计实现税前和税后目标利润的模型，培养学生管理决策能力； 4.通过多品种本量利分析的方法，培养学生的耐性和意志力；
5	短期经营决策分析（8 课时）	5-1 决策分析概述 5-2 经营决策分析 5-3 生产决策分析 5-4 定价决策分析	1.理解与掌握决策的概念及意义、决策的种类、决策分析的程序、经营决策分析中的成本概念； 2.掌握决策的各种方法，差量分析法、边际贡献分析法、成本无差别点分析法； 3.各种成本概念； 4.理解各种生产决策 5.熟练掌握种定价方法	知识： 1.了解短期经营决策的定义及相关成本概念； 2.掌握边际贡献分析法，差别分析法，相关成本分析法和成本平衡点分析法在生产经营决策分析中的应用； 3.掌握成本加成定价法和损益平衡法在定价决策中的应用 4.掌握不同生产经营决策方案条件下的变动成本，机会成本和专属成本的内容与计量方法。 技能： 1.能够利用边际贡献分析法进行亏损产品决策和产品品种决策分析； 2.能够利用相关成本或差别分析法进行半成品是否深加工决策分析； 3.能够利用成本平衡点进行零部件是自制还是外购分析； 能够利用成本加成定价法进行产品定价分析。 4.能针对生产经营中的问题正确决策（新产品的开发、亏损产品决策、半成品的深加工决 策特殊定价决策等)；	案例分析、情景模拟、分组讨论、实践操作 1.选取短期经营决策的典型案例进行短期经营决演练 2.虚拟一企业，让学生以管理者的身份作出决策； 3.选取典型案例进行短投资决策演练； 4.由学生分组讨论短期投资决策分析方法。

6	全面预算（12课时）	6-1 全面预算概述 6-2 全面预算的编制方法 6-3 全面预算的编制	1.理解全面预算的涵义、体系、编制期及编制程序； 2.掌握企业战略目标的确定、经营预算的编制、专门决策预算的编制、财务预算的编制以及全面预算的编制方法； 3.理解与熟悉销售预算、生产预算、直接材料预算、直接人工预算、制造费用预算、产品成本预算、销售及管理费用预算、资本性支出预算、现金预算； 4.熟悉预计利润表、预计资产负债表	知识： 1.理解全面预算的涵义、体系、编制期及编制程序； 2.掌握销售预算、生产预算、直接材料预算、直接人工预算、制造费用预算、产品成本预算、销售及管理费用预算、专门决策预算； 3. 掌握现金预算、预计利润表、预计资产负债表的编制。 技能： 1.能够运用预算编制原理和方法，编制经营预算预算； 2.能够运用预算编制原理和方法，编制专门决策预算预算； 3.能够运用预算编制原理和方法，编制财务预算；	案例分析、讨论、实践操作 1.理解预算管理的作用、培养学生的未来观，大局观。 2.熟悉各种预算的编制方法，针对不同单位的应用环境正确编制预算。
7	成本控制（8课时）	7-1 标准成本概述 7-2 标准成本的制定 7-3 标准成本差异计算分析 7-4 作业成本法	1.了解标准成本法的概念、作用、标准成本法的种类和标准成本法的制定； 2.熟悉与掌握直接材料成本差异计算与分析、直接人工成本差异计算与分析、制造费用成本差异计算与分析； 3.了解作业成本法产生的背景、含义； 4.掌握作业成本法的计算； 5.了解作业成本法与传统成本法的比较	知识： 1.熟悉成本的分类，为不同决策服务； 2. 了解成本控制制度的制定； 3.熟悉与掌握直接材料成本差异计算与分析、直接人工成本差异计算与分析、制造费用成本差异计算与分析。 4.熟练掌握作业成本法计算与分析 技能： 1.运用作业成本法加强企业成本管理；能够区分作业成本法与传统成本法在制造费用分配时的不同处理。 2.能够制定成本控制制度； 3.能够独立完成成本差异的计算； 4.会进行成本差异分析。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过学习成本管理的概念和原则，能够理解成本管理的具体内涵； 2.通过学习成本管理领域应用的工具方法，使学生了解在不同内外部环境下可选择的成本管理工具方法。 3.通过学习能够掌握各类成本差异的计算与分析，提高学生分析问题的能力。

8	责任会计与绩效管理（6课时）	8-1 责任会计概述 8-2 内部转移价格 8-3 责任报告与业绩考核 8-4 绩效管理概述 8-5 关键绩效指标法 8-6 经济增加值法 8-7 平衡计分卡	1.了解责任会计的含义、工作步骤； 2.理解内部转移价格的制订原则和内部转移价格的制订方法； 3.熟悉责任报告的种类以及责任报告的内容与形式； 4.理解什么是绩效管理并了解其应用环境 5.熟悉与掌握关键绩效指标法、经济增加值法和平衡计分卡的有效运用；	知识： 1.了解责任会计制度的意义，建立原则；了解责任会计制度的基本内容； 2.握成本中心，利润中心和投资中心业绩评价指标的计算与分析； 3.了解内部转移价格的含义及其制定准则； 4.理解什么是绩效管理并了解其应用环境 5.熟悉与掌握关键绩效指标法、经济增加值法和平衡计分卡的有效运用； 技能： 1.通过了解责任会计的含义、步骤以及相关概念，能够熟悉与理解责任报告的种类以及责任报告的内容与形式； 2.通过对关键绩效指标法的学习，能够运用财务和非财务指标对企业绩效管理的考核； 3.通过学习经济增加值法，能够运用其对企业的绩效管理进行有效的评价； 2.通过对平衡计分卡的学习，能够运用平衡计分卡进行绩效考核的设计与管理。	案例分析、讨论、实践操作 1.通过学习责任会计的各类理论知识，能够熟悉责任报告的种类以及责任报告的内容与形式； 2.通过对绩效管理基本知识的学习，充分认识到绩效管理对企业发展的重要意义； 3.通过对绩效评价方法的学习，培养学生正确运用相关方法进行单位业绩评价。
9	综合案例（4课时）	管理会计综合案例分析	利用“实训平台”完成综合案例分析	知识： 理论联系实践 技能： 学以致用	案例分析、讨论、实践操作 通过管理会计综合案例分析充分利用管理会计工具进行计算、分析，学以致用。

五、课程实施

（一）教学要求

本课程采用"任务驱动、案例分析、小组讨论、实践操作"法开展教学，坚持“以生为本，以学为本、以训为本”，学生做中学、学中做，引导学生乐于实践。将理论知识与实践应用相结合，引导学生运用管理会计工具解决实际工作中的具体问题；切实加强课程思政，培养学生良好职业素养。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实的管理会计理论知识和丰富的管理会计实务实践经验。

本课程坚持做到：目标融通、过程融通、考核融通

1.目标融通上我们坚持做到三立足、三融合。立足学生、立足课程、立足专业。“课程、证书、思政”三融合。

2.过程融通上我们做到 “课程内容共用、教学资源共享、教学团队共育”课程内容与证书内容对接，课程教学资源多校共享，校校、校企多方联动共同搭建立育人团队。

3.考核融通上对接评价标准、强调多元化、过程性。我们的课程考核采用过程评价和结果评价相结合的形式，真正做到岗、证、课三融通。

（二）教师团队建设

高等职业教育专科《管理会计实务》教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的管理会计实践经验和良好的课程教学能力。《管理会计实务》教师的数量应按照国家有关标准配备。

1．课程负责人：

课程负责人应该熟悉管理会计的理论知识和基本业务流程，针对课程能够较好地把握国内外行业发展，广泛联系行业企业，了解行业企业对本课程人才的需求实际，教学设计、专业研究能力较强，组织开展教科研工作能力较强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。具有“双师”素质教师。

2．主讲教师

热爱教育事业，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有扎实的管理会计相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科研研究；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

3．教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能承担专业课程教学和实习实训指导等教学任务。

（三）课程考核评价

1．课程考核成绩构成

本课程是一门实践性很强的专业核心课程，课程考核是采用“过程评价+结果评价 ”双重考核标准，全员、全过程、全方位的进行线上、线下考核体系，课前、课中、课后真正做到教、管、测、评一体化。

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

表 3　课程考核成绩构成一览表

考核权重	考核类型	考核项目	评分办法	评价主体	数据来源
过程考核（30%）	线上	微课学习（30%）	平台根据学习时长和参与程度自动赋分	教师	超星学习通
		作业（20%）	平台自动评分	教师	
		考勤（20%）	平台自动评分	平台	
		课堂互动（10%）	平台自动评分	平台	
		章节学习次数（10%）	平台自动评分	平台	
		讨论(10%)	平台自动评分	平台	
期末考核（70%）	线下	理论考试			

2．课程考核内容

考试内容选取与项目设置充分考虑本课程的培养目标、核心技能以及课程的教学实施手段，贯彻了本课程以培养技能为核心，以“综合应用型”教学为基准，以实践与理论的融合为模式的思想与策略。

考核具体内容如下：

（1）管理会计认知

管理会计的形成和发展；管理会计的基本理论；管理会计和财务会计的比较

（2）成本性态分析

成本及其分类；成本性态分类；混合成本分解

（3）变动成本法

变动成本法概述；变动成本法与完全成本法的比较；变动成本法的评价

（4）本量利分析

本量利分析的认知；贡献毛益及相关指标；盈亏平衡计算分析—公式法；盈亏平衡计算分析—图解法；本量利的敏感性分析。

（5）短期经营决策

决策分析概述；经营决策分析；生产决策分析；定价决策分析

（6）全面预算

全面预算概述；全面预算的编制方法；全面预算的编制。

（7）成本控制

标准成本概述；标准成本的制定；标准成本差异计算分析；作业成本法

（8）责任会计与绩效管理

责任会计概述；内部转移价格；责任报告与业绩考核；绩效管理概述；关键绩效指标法；经济增加值法。

3．考核方案

每个学习情境/项目/模块的过程性考核主要考察学生实际动手能力、理论知识的运用与掌握情况、完整度、规范度等、分析问题、解决问题的能力、合作沟通能力、总结报告（报告的内容、写作水平等）等方面进行考核。学生的出勤情况、完成作业的准确度、学习态度都可纳入期末总成绩考核之中。

（1）考核要求

①技能要求

通过本课程学习，要求学生明确成本的经济内涵，了解企业成本管理制度，掌握产品制造成本核算流程、控制和分析的基本原理；涉及本量利分析、全面预算、差异分析、定价决策和生产决策等内容，具有理论联系实际的突出特点，从系统的角度培养学生综合应用知识进行企业内部管理预测、决策、控制、考核的专业知识和技能，提高理论联系实际的能力。学习该课程后，使学生能够将现代化管理与会计融为一体，逐渐具有预测、决策和创新的企业管理观念。

②操作规范及职业素养要求

符合企业管理会计工作的基本素质要求，具备良好地思想品德素质，做到崇德向善、爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则、学以致用；具备良好地业务素质，能做好企业管理当局对企业管理的参谋。

（2）考核标准及方式：采用“过程评价+结果评价 ”双重考核标准

考核方式：本课程的考核评价分为认知水平考核和运用能力考核。本课程是一门实践性很强的专业课，采用实践重于理论的考核方法，充分采用现代化教学手段，培养学生的实践动手能力。本课程考核方法采用百分制，包括过程性考核和结果考核两部分。过程考核主要从学生线上包括：微课学习、作业、考勤、课堂互动、章节学习次数、讨论等方面进行，过程性考核占 70%；线下结果考核主要期末考试，占 30％。考试题目注重理论与实践一体化评价，适当增加实践性教学内容的考核比重。

（3）考核实施条件

表 4　课程考核实施条件一览表

项目	名称	数量	单位	规格	备注
场地(结果考核)	普通投影教室	1	间	55 座	
设备(过程考核)	手机 学习通 云上实训平台 OFFOCE 办公软件	1 1	台 套		55 人/间
工具	草稿纸				55 人/间

（四）教学设备设施配备要求

管理会计实务教学教学设备设施配备要求：教室要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板、计算机一台等，以便进行展示与讲解。

（五）教材及参考资料要求

1．教学资料选取原则

《管理会计实务》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的最新管理会计指引规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。以理论与实践结合为主要手段的相关教材，以岗位能力培养为核心。与此同时例题新颖，各项目设案例导入，项目后有案例实训，复习思考题与练习，理论与实践相结合，以便从循序渐进的教与学的环节中把握各章的重点与难点。文字表述直观、形象、通俗易懂。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于管理会计实务课程有前导课程，因此，教材的内容在注重管理会计实务实际操作技能训练的同时，还应把现有企业常用管理会计工具应用和案例融入教材，以便理实相融。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

（1）教材

《管理会计》朱佳骅 北京出版集团公司 北京出版社 2019.4

《管理会计实务》，周阅 丁增稳， 高等教育出版社，2018.8

（2）参考书

①《管理会计》，杨月梅 徐芳兰， 中国财政经济出版社，2018.7

②《管理会计基础》，高翠莲，高等教育出版社，2018.8

（3）参考网络资源

①中国管理会计师：http://www.chinacma.cn//

②中国管理会计网：http://www.chinaccma.org/

4．其他资源

为促进教学活动的开展，激发学生的学习兴趣和提高教学效果，建立了比较完备的教学资源库。主要包括：课程目标、课程标准、课程整体教学设计、课程授课计划、多媒体课件、电子教案、实训教学大纲及实训项目教案、试题库、习题库、案例库、学习资源库等。注重仿真软件的开发利用，如“模拟实习”、“在线答疑”、“日常测试”、“模块考试”等。

六、说明

1、本课程标准由管理会计教学团队合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、课程负责人：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2021 年 5 月 1 日

附录　教学设备设施配备要求

《管理会计实务》课程教学设备设施配备要求

项目	教学场地	配置要求		功能
		主要设施设备、工具	数量	
教师用计算机	投影教室	计算机配置满足安装主流教学软件要求，如安装 Office 办公软件、谷歌浏览器等	1 台	用于管理会计实务课程教学
软件配置		安装 Office 办公软件、浏览器；多媒体教学软件一套，杀毒软件一套。	套	
网络连接		网络接入带宽 1000Mbps（千兆）或 100Mbps（百兆）网速		

湖南商务职业技术学院《会计信息系统应用（财务链）》课程标准

（2021年版）

本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

2021年5月

目　　录

一、课程性质与任务.....320
（一）课程性质.....320
（二）课程任务.....320
二、课程核心素养与课程目标.....320
（一）课程核心素养.....320
（二）课程目标.....321
三、课程结构.....383
（一）课程模块.....353
（二）学时安排.....323
四、课程内容.....324
五、学业质量.....407
六、课程实施.....328
（一）教学要求.....328
（二）教师团队建设.....328
（三）课程考核评价.....329
（四）教学设备设施配备要求.....331
（五）教材及参考资料要求.....331
七、说明.....332
附录　教学设备设施配备要求.....333

《会计信息系统应用（财务链）》课程教学标准

课程代码：0101096

课程名称：会计信息系统应用（财务链）

课程类别：理论+实践课

总 学 时：64 学时　　理论学时：32 学时　　实践学时：32 学时

学　　分：4 学分

适用专业：财务管理、会计信息管理等专业

预修课程：基础会计、计算机应用

开课部门：会计学院

标准开发：本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

一、课程性质与任务

（一）课程性质

《会计信息系统应用（财务链）》是高等职业教育财务管理、会计信息管理等专业一门专业实践性课程，其教学目标就是让学生掌握会计信息系统的基本理论和业务技能，培养学生具备较好的会计信息系统应用水平和实践操作能力。《会计信息系统应用》课程是财务管理等专业的专业核心课程。该课程是融会计学、计算机科学、信息科学和管理科学为一体的边缘学科，以计算机操作技术为平台，将电算化会计基础知识、基本技能相融合的会计职业能力培养的核心技能课程。本课程是会计专业实践重于理论且操作能力较强的核心课程之一。

（二）课程任务

《会计信息系统应用（财务链）》课程是一门实践性很强的应用型课程，旨在培养学生的信息化会计核算岗位工作能力，学生通过学习既要懂得会计信息化的基本理论，又要熟练掌握会计信息化会计核算岗位的技术。本课程旨在引领学生善用会计基础理论，准确熟练操作财务软件（目的），通过对相关企业的系统管理、企业应用平台、总账、薪资、固定资产和会计报表的数据进行财务业务处理（历程），能够运用所学知识根据企业需要形成财务链管理账套（预期成果）。本课程以通用 ERP 财务软件为蓝本，通过 ERP 财务软件基本知识教学与软件应用训练，使教学对象通过软件实操、角色与岗位模拟、综合演练等环节，传授通用 ERP 软件的财务业务知识与财务链业务的操作技术。

本课程的作用是使学生掌握会计信息化的基础知识和基本技能，熟悉单位实施电算化会计的基本程序和管理制度，掌握通用会计软件主要功能模块的操作方法和技巧，学会运用计

算机来记账、算账和报账，具备实际工作所需的会计电算能力，培养能服务地方经济建设的高素质技术技能型湘商人才。

本课程中的供应链部分是学习和训练 ERP 软件中供应链模块的应用原理和操作方法的技术性课程，是继《会计信息系统应用（财务链）》之后开设的一门信息化管理方向的专业课。从专业知识的递进关系看，该部分是《会计信息系统应用（财务链）》课程内容的继续，并与《会计信息系统应用（供应链）》课程共同构成“财务业务一体化”系统知识与技能。后可安排“会计信息系统应用实训”的专业实训。

本课程的作用是：使学生掌握会计电算化的基础知识和基本技能，熟悉单位实施电算化会计的基本程序和管理制度，掌握通用会计软件主要功能模块的操作方法和技巧，学会运用计算机来记账、算账和报账，具备实际工作所需的会计电算能力。

本课程前导课程有《基础会计》、《初级会计实务》、《计算机应用》等。后续课程：和《会计信息系统应用（供应链）》、《企业财务管理》、《管理会计基础》和《会计综合实训》。

二、课程核心素养与课程目标

（一）课程核心素养

《会计信息系统应用（财务链）》课程将会计专业人才培养目标贯穿于课程中，以会计职业能力培养为核心，以工业（或商业）企业经济业务为情境，在对会计岗位工作能力分析基础上，以会计电算化工作过程为主线，以会计电算化岗位工作任务为驱动，指导学生完成安装软件、会计软件初始化设置、日常业务处理、期末处理、编制会计报表等一系列会计电算化岗位工作，让学生在做的过程中掌握操作方法和技能，并在做的过程中产生知识需求，同时以“必需够用”为度传授相关知识给学生，在真实的会计电算化工作任务驱动下，为学生搭建会计电算化的整体框架，并将实践性、开放性、职业性融于课程教学中，提高学生的会计电算化职业技能。《会计信息系统应用（财务链）》课程核心素养主要包括良好的职业道德、会计专业技术能力、计算机操作能力、终身学习能力三个方面。

（1）培养学生良好的职业道德

在日常教学中，可以潜移默化中提升学生的会计职业道德。要借助教育教学改革的大潮，提升学生的职业道德品质，在教学中不断进行渗透。

（2）培养学生会计专业技术和计算机操作能力。

在互联网背景下的会计信息系统应用则需要学生具备更加优秀的计算机操作能力。例如在精通会计业务的基础上需要会计人员能够借助计算机来处理账务数据，熟悉各个模块之间数据的关系。在会计信息系统应用中通过对数据的加工整理产生会计信息，就需要会计从业者具有一定的文字处理能力；互联网背景下则需要将会计信息记录在电脑中，要求会计人员能够熟练地运用各种电脑软件来保障数据的安全。

培养职业核心素养中的专业技术能力和计算机操作能力，必须从实训操作、仿真实践以及岗位实践中进行。在学生计算机操作能力的培养中，要不断适应社会发展形势，优化互联网背景下会计专业知识的教学内容，提升计算机操作知识的比重。计算机操作技能成为互联网背景下会计从业人员的核心素养的重要组成部分。

（3）学生终身学习能力的培养。

在互联网背景下，知识更替非常迅速，在互联网背景下，会计工作已经引入云计算、大数据等，会计人员岗位职责也从账务管理逐渐向管理型会计转变，会计人员需要将更多的时间投入到为企业管理层提供信息数据中。提升会计工作的分析、管理与预测能力。为企业制定发展战略和做出决策时提供更加精确的信息支持。所以学习能力是互联网背景下会计专业学生的重要素养，会随着信息技术的变化加以提升，需要在未来工作岗位上不断学习以满足企业对人才的需求。教师教学中要有意帮助学生培养危机意识，激发学生主动学习的能动性和探究能力，不满足课堂知识的学习。

（二）课程目标

1．总体目标

《会计信息系统应用》课程总体目标是通过本课程的学习，使学生掌握会计信息系统的基本理论和业务技能，培养学生具备较好的会计信息系统应用水平和实践操作能力。通过该课程的教学，使学生掌握会计信息化的基本理论和基本方法，能使用会计软件完成创建账套、对会计软件进行初始设置、日常账务处理、期末处理、编制会计报表等工作，并通过对一种软件的学习、操作形成对其他通用商品化软件使用的类化经验，利用所学习的知识、技能操作其他会计信息化软件，甚至可以帮助企业进行会计信息化建设。

本课程的基本要求是：结合所选 ERP 软件，对财务链模块的主要操作方法进行系统的学习和训练，使学生掌握 ERP 软件操作技能，掌握财务应用的技术。本课程遵循“以学生为主体、教师为主导”的教学理念，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展教学，以实践操作为主，注重学生实践操作能力的培养。

2．具体目标

根据高职会计专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1．素质要求

（1）具有严格执行会计等相关法律法规的工作态度和良好的职业道德；

（2）初步具有会计信息化的观念和思维方式，具有会计内部控制意识；

（3）具有团队协作精神，共同完成会计核算的基本业务处理工作；

（4）具有不断获取知识、开发自身潜能、适应会计电算化岗位变更的能力。

2．知识要求

（1）熟悉会计信息系统的结构及有关概念，了解会计信息系统的发展趋势；

（2）熟悉我国财政部门对单位使用的会计核算软件、软件生成的会计资料、采用计算机替代手工记账、电子会计档案保管等会计信息化工作做出的具体规范；

（3）掌握会计核算软件的基本知识和典型会计核算软件各主要功能模块的操作要求。

- 了解会计信息化的基础理论和会计软件的基础知识；
- 了解会计信息化的相关法律法规和管理制度；
- 了解会计软件各子系统的操作流程；掌握会计软件的操作方法；
- 通过上机操作演示各子系统具体模块的操作方法；
- 具备独立完成会计信息化软件中的系统管理设置，能完成账套的创建与操作员的设置和权限分配；
- 具备根据企业期初资料完成会计软件初始化过程的能力；
- 具备根据企业一个月具体经济业务完成会计软件中总账系统的初始设置、日常业务处理、出纳管理、期末处理及账表查询的能力；
- 具备独立完成会计软件中薪资管理系统及固定资产管理系统的初始设置、日常业务处理及期末处理及各类薪资和固定资产报表查询的能力；
- 具备独立完成会计软件中应收应付系统的初始设置、日常业务处理及期末处理的能力；
- 具备分析总账系统与其他各子系统的数据依存关系及数据的传递的能力；
- 具备独立完成利用报表模块生成企业所需会计报表数据与报表的自定义设计的能力。

3．能力要求

（1）能根据单位性质、规模、经营特点、内部控制规范要求、业务核算流程等，熟练设计会计信息化初始化方案，科学组织会计工作，具备电算会计主管岗位的基本能力；

（2）能根据单位实际发生业务正确判断经济业务性质和内容，在财务软件中正确录入凭证，具备会计核算岗位的基本能力；

（3）能根据会计准则和会计制度的基本要求，正确审核凭证、及时记账，具备审核记账岗位的基本能力；

（4）能根据单位核算与管理的需要，熟练编制与输出各类会计报表，具备会计报表编制岗位的基本能力；

（5）能对财务软件中出现的一般故障进行维护，具备电算维护岗位的基本能力。

三、课程结构

根据高等职业教育专科会计信息系统应用（财务链）课程目标，确定课程结构与学时安排。

（一）课程模块

会计信息系统应用（财务链）的基础模块是必修内容，是高等职业教育专科学生提升其信息素养的基础，包含会计信息化基本理论认知及账套创建与管理、基础信息设置、总账账务处理系统、薪资管理核算系统、固定资产管理系统、应收款管理系统、应付款管理系统、报表管理系统八部分内容。

（二）学时安排

会计信息系统应用（财务链）的基础模块建议学时为 64 学时。

表 4　教学学时分配表

模块编号	教　学　模　块	授　课	实　践	合　计
1	会计信息化基本理论认知及账套创建与管理	2	2	4
2	基础信息设置	2	2	4
3	总账账务处理系统	7	7	14
4	薪资管理核算系统	4	4	8
5	固定资产管理系统	4	4	8
6	应收款管理系统	6	6	12
7	应付款管理系统	3	3	6
8	报表管理系统	2	2	4
9	课程考核		2	2
10	机动	2		2
	学时总计	32	32	64

四、课程内容

会计信息系统应用在高职三年教学中建议利用用友财务教学软件 U8V10.1 软件为蓝本组织教学，本课程是以满足中小企业会计信息化工作岗位（如电算主管、软件操作、审核记账、电算审查等）所需的会计信息化知识和会计信息技能为目标，以会计信息化工作中的实际教学案例为主线，以项目为载体，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展项目教学活动。教学内容包括创建企业账套，企业应用平台的基础信息设置，学生通过角色岗位互换等实操方式熟练操作总账、薪资、固定资产、应收、应付等模块的初始设置、日常账务处理、期末处理及会计报表的编制。使学生具备本专业的技术技能型湘商人才所必需的会计信息化基本知识、基本技能和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。

表 1　课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	会计信息化基本理论认知	0.5	①会计信息化简介。 ②会计信息化软件。 ③会计信息化基本规定。	简单介绍用友财务软件安装及模块的构成		多媒体演示
2	账套创建与管理	3.5	①系统管理员与账套主管的联系与区别 ②账套的建立、修改、引入、输出 ③年度账的建立、修改、引入、输出 ④角色与用户的设置及分配权限 ⑤备份、恢复和修改账套数据	知识： ①了解系统管理模块的主要内容及作用； ②掌握账套建立、用户和角色管理、操作员权限管理； ③掌握账套引入、输出及年度账的操作。 ④掌握基础设置的内容和方法。 技能： ①学会将通用软件变成专业软件的技能； ②能够熟练操作系统管理的技能； ③能够熟练对疑难问题进行反向修改操作技能； ④具备自主学习的能力。	I 注册系统管理，增加企业用户和角色 II 建立（修改）账套 III 设置用户和角色的权限	案例教学； 情景互动； 系统管理模块单项实训； 系统管理与账套主管角色互换与岗位实训

3	基础信息设置	4	基础档案的设置内容主要有：系统的启用、部门档案、职员档案、客户供应商分类、客户供应商档案、凭证类别、结算方式、项目目录等30多项内容，部分基础档案信息将在相关子系统中设置。	知识： ①掌握用友通软件有关基础档案设置相关内容。 ②理解基础档案设置在整个系统中的作用。 ③理解基础档案设置的数据对日常业务处理的影响。 技能： ①学会将通用软件变成专业软件的技能； ②能够熟练操作企业应用平台基础档案设置技能； ③具备自主学习的能力。	I 系统启用 II 基础档案录入 III 期初余额录入	案例教学； 情景互动； 企业应用平台模块单项实训； 账套主管角色与岗位实训
4	总账账务处理系统	14	①理解总账系统的概念、特点，了解总账系统流程与主要功能。 ②会计科目设置和期初余额录入 ③熟练掌握记账凭证的填制、修改、审核、记账等操作；掌握凭证的查询、修改方法。 ④掌握凭证的辅助管理 ⑤掌握出纳的基本业务，了解各种往来辅助核算的运用。出纳管理：日记账与银行对账 ⑥掌握各种账簿的查询方法。账表管理：总账、明细账等查询输出。 ⑦期末转账处理、对账、结账。理解自动转账的原理，掌握自动转账凭证的设置与生成 ⑧了解对账与结账的方法	知识： ①了解总账系统基本功能和业务处理流程； ②掌握总账系统初始化设置中的会计科目设置和期初余额录入的方法； ③掌握日常业务处理中凭证处理和记账的方法； ④掌握出纳管理的内容和处理方法； ⑤熟悉账表查询、输出的内容和方法； ⑥掌握总账系统期末处理的内容和方法。 技能： ①能够独立进行总账系统的初始化设置技能； ②能够独立进行总账日常业务操作的技能； ③能独立解决总账系统中出现的疑难问题。 ④具备自主学习的能力。	I 总账系统的初始化 II 总账系统的日常业务处理 III 总账系统的期末处理	案例教学； 情景互动； 总账核心模块单项实训； 制单、审核、出纳、记账等角色与岗位实训

5	薪资管理核算系统	8	①了解工资管理系统的概念、功能和特点。 ②掌握工资管理系统的初始化设置。初始设置：账套参数设置、人员档案、工资项目等基础档案 ③熟悉工资管理系统的日常业务。业务处理：管理工资数据、工资分摊、月末处理 ④了解工资管理系统的月末处理。 ⑤掌握各类工资账表的查询。	知识： ①了解薪资管理系统的基本功能及业务操作流程； ②掌握工资账套建立及系统初始化的内容和方法 ③掌握工资变动、扣缴所得税、工资分摊等业务的处理方法； ④掌握薪资管理系统结账与反结账的方法。 技能： ①学会独立操作薪资管理系统的初始化设置、日常业务处理及月末处理的技能； ②能独立解决薪资管理系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	I 薪资管理系统的初始化 II 薪资管理系统的日常业务处理 III 薪资管理系统的期末处理	案例教学； 情景互动； 薪资管理模块单项实训； 薪资主管等角色与岗位实训
6	固定资产管理系统	8	①了解固定资产系统的概念、功能和特点。 ②掌握固定资产系统的初始化设置。 ③熟悉固定资产系统的日常业务。卡片管理：卡片录入、修改、删除、增加、减少及变动等 ④折旧管理 ⑤了解固定资产系统的月末处理。月末处理：对账、结账 ⑥熟悉固定资产系统报表的查询。账表管理：总账、登记簿、明细账、折旧表等	知识： ①了解固定资产管理系统的基本功能和业务流程； ②掌握固定资产管理系统的初始化、日常业务处理的主要内容和操作方法； ③掌握固定资产卡片的方法 ④掌握固定资产增加、减少、变动的操作方法 ⑤掌握固定资产折旧的处理过程及操作方法 ⑥熟悉固定资产月末转账、对账、月末结账方法。 技能： ①学会独立操作固定资产管理系统的技能； ②能独立解决固定资产管理系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	I 固定资产管理系统的初始化 II 固定资产管理系统的日常业务处理 III 固定资产管理管理系统的期末处理	案例教学； 情景互动； 固定资产管理模块单项实训； 固定资产主管等角色与岗位实训

7	应收款管理系统	12	①系统初始化设置 ②日常处理：应收单、收款单据的录入、审核、核算、坏账、票据管理、转账业务、制单 ③单据查询 ④账表管理及其他处理 ⑤月末处理	知识： ①了解应收款管理系统的基本功能和业务流程； ②熟悉应收款管理系统的初始化设置； ③掌握日常业务处理的主要内容和操作方法； ④掌握应收款与总账系统组合时的基本功能。 ⑤熟悉应收管理系统账簿的基本方法。 技能： ①能够独立操作应收款管理系统的技能； ②能独立解决应收管理系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	I 应收系统初始化； II 应收系统的日常业务处理（单据处理、票据管理、转账业务、坏账业务） III 应收系统的期末处理	案例教学； 情景互动； 应收模块单项实训； 应收会计、等角色与岗位实训
8	应付款管理系统	6	①系统初始化设置 ②日常处理：应付单、付款单据的录入、审核、核算、票据管理、转账业务、制单 ③单据查询 ④账表管理及其他处理 ⑤月末处理	知识： ①了解应付款管理系统的基本功能和业务流程； ②熟悉应付款管理系统的初始化设置； ③掌握日常业务处理的主要内容和操作方法； ④掌握应付款与总账系统组合时的基本功能。 ⑤熟悉应收付管理系统账簿的基本方法。 技能： ①能够独立操作应付款管理系统的技能； ②能独立解决应付管理系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	I 应收系统初始化； II 应收系统的日常业务处理（单据处理、票据管理、转账业务、坏账业务） III 应收系统的期末处理	案例教学； 情景互动； 应付模块单项实训； 应付会计等角色与岗位实训
9	报表管理系统	4	①了解会计报表处理系统的相关内容。 ②理解报表格式设计的原理，	知识： ①了解 UFO 报表系统的基本功能和操作流程、功能特点； ②理解报表有关术语的基本概念； ③掌握报表格式设计及报表模板的应用。	I 自定义报表流程 ①报表格式设置； ②报表公	案例教学； 情景互动； UFO 报表模块单项实训； 报表编制主管

			报表基本概念 ③熟悉报表主要业务流程，学会进行报表格式设计。 ④自定义报表编制（固定及可变报表编制）能编制各类内部和外部报表。 ⑤报表格式设计、公式设置及数据处理、图表功能 ⑥掌握利用报表模板生成常见报表，熟练报表管理	④掌握报表的数据处理、图表功能 ⑤能熟练进行报表管理 技能： ①能够独立编制自定义报表和通用报表的技能； ②能独立解决 UFO 报表系统中出现的疑难问题； ③具备自主学习的能力。	式设置； ③报表自动生成。 II 报表模板流程	等角色与岗位实训
10	课程考核	2	利用“财务综合实践信息化竞赛教考平台”上机考核	技能： 利用财务软件完成制造企业一个月部分经济业务的会计电算化相关工作。涉及的功能模块有：总账、应收、应付、薪资、固定资产、报表等。	《会计信息系统应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考核。	

五、学业质量

会计信息系统应用（财务链）课程要求学生初步具有会计信息化的观念和思维方式，具有内部控制意识；具有团队协作精神，具备严谨、细致、认真、耐心的职业素养；具备逻辑与数据思维、应变能力。掌握财务软件的基本知识和典型会计核算软件操作要求。具备财务核算岗位的基本能力；能运用财务软件完成账套的创建与操作员的设置及权限分配；能根据具体经济业务完成总账、薪资管理及固定资产管理、应收应付系统的初始设置、日常业务处理、出纳管理、期末处理及账表查询、生成报表等。

六、课程实施

（一）教学要求

遵循“以学生为主体、教师为主导”的教学理念，采用任务驱动、角色扮演法开展教学，注重学生实践操作能力的培养；切实加强课程思政，培养学生良好职业素养。对于《会计信息系统应用》这门课程，应根据培养学生会计电算化应用能力这一主线，设置基本技能训练、专项技能训练和综合技术应用能力训练来形成实践教育教学的框架。理论教学以“够用”为原则，强调理论对实践的指导作用。任课教师应具有扎实的会计信息系统操作技能。

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“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生综合素质和职业能力培养，激发学生学习知识和学习技能的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力。

2．坚持仿真式教学，在计算机上实现仿真训练，训练内容、操作界面与实际应用保持一致，实现课堂学习与实际应用零距离对接，学生从事实际工作时不会有陌生感。应选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合。

3．教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。要不断改革教学方法和手段，注重以工作岗位任务引领型案例或项目教学，融“教、学、做”为一体，积极探索任务驱动、一体化教学、案例教学等多种教学方法，采取小组活动、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综合职业能力。

4．教学或考试案例中的“容错”技巧的利用。通用软件将大多数开发精力投入在操作警示与错误纠正功能中，如果按照完全正确的路径运行一个软件，那么，操作者所接触的软件内在功能将是非常有限的。由此，本课程教学中允许设置出错与纠错。在此过程中做法是：一是让部分基础好、速度快的同学提前对后续课堂内容作探索性操作，允许出错并在后续讲解时有目的地例举其所犯的典型错误，传授纠正错误方法，探讨避免出错的技巧。二是在模拟资料中植入一些非原则性的错误，让学生在操

作实践中通过软件反应或异常结果发现错误，并更正错误。犯错与纠错的过程全面提升了学生对通用软件的驾驭能力。

（二）教师团队建设

高等职业教育专科《会计信息系统应用（财务链）》教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的会计电算化技术实践经验和良好的课程教学能力。《会计信息系统应用（财务链）》教师的数量应按照国家有关标准配备。

1．课程负责人：

课程负责人应该熟悉会计工作的理论知识和基本业务流程，具有一定的会计确认、计量、记录和报告的方法能力（即会计记账算账报账能力），懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在会计核算等领域有一定影响，具有高级职称（或高级职业资格）的“双师”素质教师。

2．主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有会计电算化经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备计算机应用能力及会计学知识体系的专业知识；有丰富的企业财务软件操作工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

3．教师专业背景与能力要求：

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称（或技师及以上职业资格），在会计核算方面有较强的实践能力，能熟练操作两种以上财务软件。

（三）课程考核评价

1．课程考核成绩构成

本课程是一门实践性很强的专业基础课，该课程须采取灵活多样的考试制度和考核方法，如采取理论教学和实践教学相结合、理论考试和实践技能考核相结合、利用“财务综合实践信息化竞赛“教考平台进行机考测试。重在强化过程性考核，用过程的演练与环节的达标测试强化实操结果，旨在考核学生的实践动手能力。

《会计信息系统应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考试，上机考核采取用友财务综合实践信息化竞赛教考平台上机测试。课程考核包括平时过程考核和期末技能考核两部分：实验考核（过程考核）（占总成绩 20%）+平时成绩（占总成绩 30%）+期末操作技能测试（占总成绩 50%）。

（1）平时成绩考核占 30 分

平时成绩考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行；

（2）实验考核（或过程性考核）成绩占 20 分

平时测验等方面进行，要求学生提交书面操作截图文档资料；

（3）期末操作技能考核成绩占 50 分

表 2　课程考核分类、内容及比重一览表

考核分类	比例	考核内容
平时成绩考核	30%	课堂出勤与纪律 10%；任务学习过程（学习态度、平时操作等）20%
实验考核成绩	20%	任务学习结果（平时上机考核等）20%
期末技能考核	50%	《会计信息系统应用》课程为考查课，最后一次课为考核时间，考虑同头课考核标准必须一致，故考核时间由会计学院与实训部协调统一安排，考核形式为上机考核。

2．课程考核内容

考试内容选取与模块设置充分考虑本课程的培养目标、核心技能以及课程的教学实施手段，贯彻了本课程以培养技能为核心，以“综合应用型”教学为基准，以实践与理论的融合为模式的思想与策略。考核内容设计如下：考核中以一个工业企业或商品流通企业一个月的业务单据处理到记账凭证编制和审核、记账、结账到会计报表编制和财务分析一个完整的财务业务处理能力为考核任务，使用用友 U8V10.1 软件的进行账套创建与管理、基础信息设置、总账管理、薪资管理、固定资产、应收款管理、应付款管理、UFO 报表系统等功能模块操作，完成制造企业一个月的财务业务处理工作；试题分为系统初始化、业务处理与会计核算及 UFO 报表三个部分，操作时严格按照权限分工及操作要求进行业务处理。

信息化业务处理的会计核算具体内容如下：

（1）系统管理与基础档案

操作员及其权限设置、上机日志；设置部门档案、职员档案、客户与供应商分类、客户与供应商档案、仓库档案、存货分类与存货档案等。

（2）总账账务处理系统

①初始设置。定义总账系统参数；设置会计科目（含部门、项目等辅助核算定义），设置凭证类型、结算方式、开户银行等；定义总账系统的自定义结转、对应结转等分录；输入总账系统期初数据。

②日常业务处理。填制凭证（含常用凭证使用），出纳签字，登记支票簿，审核凭证，主管签字；查询凭证；记账；账表管理（含查询总分类账、各种明细账、日记账，查询各种辅助账，证账联查）。

③期末处理。总账系统内自定义结转、对应结转、期间损益结转生成；银行对账，期末结账。

（3）薪资管理核算系统

①初始设置。设置工资核算系统参数；设置部门、人员档案、人员附加信息等，设置工资项目，定义工资计算公式。

②业务处理。工资变动（含人员变动、工资数据修改），扣缴所得税，银行代发工资，工资分摊，生成记账凭证，账表管理（含工资表、工资分析表）。

③期末处理。

4．固定资产核算系统

①初始设置。设置固定资产系统参数；设置部门对应折旧科目，设置资产类别、使用状况、增减方式、折旧方法等；录入固定资产原始卡片。

②业务处理。固定资产增加、减少、变动业务处理；固定资产折旧计提与分配；生成记账凭证；账表管理（查询分析表、减值准备表、统计表、总账及明细账等）。

③期末处理。

5．应收款管理系统

①初始设置。设置应收款管理系统参数；设置基本科目和结算方式科目等，账龄区间等设置，输入应收款管理系统的期初数据。

②业务处理。应收单据、收款单据录入与审核，收款结算，转账处理（应收冲应收、预收冲应收、应收冲应付）；坏账处理；生成记账凭证；账表查询。

③期末结账。

6．应付款管理系统

①初始设置。设置应付款管理系统参数；设置基本科目和结算方式科目等，输入应付款管理系统期初数据。

②业务处理。应付单据、付款单据录入与审核，往来核销，转账处理（应付冲应付、预付冲应付、应付冲应收）；生成记账凭证；账表查询。

7．会计报表编制

①报表设置。新建报表，自定义固定格式和变动格式报表；调用报表模板并修改，定义单元公式（含表内运算与表间运算），定义审核公式，设置关键字。

②数据处理，增加表页，报表计算，报表输出（含 EXCEL 格式）。

3．考核方案

（1）考核要求

①技能要求

高职三年能利用用友 U8V10.1 或财务软件准确完整设置账套基本信息、准确设置操作员权限、准确录入总账、薪资、固定资产、应收应付等模块的初始化基础信息设置，能准确完成各模块的日常业务处理及期末处理，正确填制、审核记账凭证，正确完成总账系统记账、正确完成月末转账和结账，

查询各模块的账簿数据并以 Excel 表的形式输出并保存、能设置简单的报表格式及报表公式、能根据用友 U8V10.1 财务软件提供的会计模板生成相应的会计报表并以 Excel 表的形式输出并保存；正确备份账套，正确保存备份文件等工作任务。

②操作规范及职业素养要求

符合企业会计工作的基本素质要求(认真、细致、客观、整洁、谨慎、耐心)。能事前做好准备工作，能按要求正确使用计算机和财务软件、每次上机及考核时都能保持工作台面清洁、及时清扫废弃杂物等。

（2）考核标准及方式：期末考试采用财务综合实践信息化竞赛教考平台软件进行上机实践技能考核

考核方式：本课程的考核评价分为认知水平考核和运用能力考核。认知水平分为“了解”、“理解”等层次，运用能力主要指使用会计软件进行账务处理以及掌握会计各岗位的软件操作能力。本课程是一门实践性很强的专业课，采用实践重于理论的考核方法，充分采用现代化教学手段，培养学生的实践动手能力。本课程考核方法采用百分制，包括过程性考核和结果考核两部分。过程考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行，过程性考核占 50%；结果考核主要期终考试，分别占 50％。考试题目注重理论与实践一体化评价，适当增加实践性教学内容的考核比重。本课程考核以上机操作为主。

（3）考核实施条件

表 3　课程考核实施条件一览表

项目	名称	数量	单位	规格	备注
场地	会计电算化机房	1	间	50 座	
设备	服务器 客户端 SQL_SERVER、财务软件、财务综合实践信息化竞赛平台、OFFOCE 办公软件	1 60 1	台 台 套		60 人/间机房
工具	草稿纸				55 人/间

（四）教学设备设施配备要求

会计信息化实训场地主要是会计电算化实训室，也可在教室结合教学内容进行。同时，实训场地或教室要具备一般的教学功能，布置有投影、展示板等，以便进行展示与讲解。

为使会计信息系统应用实训与企业真实环境相似，需准备下列实训设施：多媒体教学设备，主要包括指导教师用计算机一台，液晶投影仪一台，服务器一台，学生机六十台，局域网架构，交换机 4 台，千兆或百兆网速。主要的软件包括教学用会计软件一套（用友财务教学软件 U8V10.1）（含服务器端和 60 个客户端口），多媒体教学软件一套，数据库软件一套，杀毒软件一套。

（五）教材及参考资料要求

1．教学资料选取原则

《会计信息系统应用》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的最新会计准则制度规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是高职高专“十二五”规划教材，选用教材原则以用友财务教学软件为蓝本，以会计电算化工作岗位流程组织教学与实训，以理论与实践结合为主要手段的相关教材，以岗位能力培养为核心。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。由于会计电算化课程有前导课程，因此，教材的内容在注重会计电算化实际操作技能训练的同时，还应把现有企业常用会计电算化软件的应用和案例融入教材，以便教材内容更加贴近会计电算化操作的实际。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

（1）《ERP 财务管理系统实训教程（第三版）（用友 U8V10.1 版）》牛永芹等主编；高等教育出版社；

（2）《用友 ERP 财务管理系统实验教程(用友 U10.1 版)》清华大学出版社、王新玲等主编

4．其他资源

会计电算化机房、财务软件、教学课件、教学挂图、教学视频、来自企业行业的制度与管理规范、财务案例等企业生产软资源等。

七、说明

1．本课程标准由会计专业《会计信息系统应用》课程专业教学团队、用友新道公司湖南分公司（兼职教师参与）等合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2021 年 5 月 1 日

附录　教学设备设施配备要求

表　《会计信息系统应用》课程教学机房设备设施配备要求

项目	实训室名称	配置要求		功能
		主要设施设备、工具	数量	
学生用计算机	会计信息系统应用实训室	计算机配置满足安装主流教学软件要求，如安装 Office 办公软件、 SQL_SERVER 数据库系统、用友 U8-ERP 软件及财务综合实践信息化竞赛平台。 U8（V10.1 版本）等工具软件的教学软件要求；支持网络同传和硬盘保护；可选配多媒体教学支持系统，安装教学管理系统(如极域广播控屏软件等)。	60 台	用于会计信息系统应用（财务链、供应链）课程实训。
教师用计算机		配置优于学生用计算机配置，安装教学管理系统(如极域广播控屏软件等)	1 台	
软件配置		安装 Office 办公软件、SQL 数据库系统、用友 U8-ERP 软件（用友财务教学软件 U8V10.1）等工具软件；多媒体教学软件一套，数据库软件一套，杀毒软件一套。	套	
网络连接		网络交换机，网络接入带宽 1000Mbps（千兆）或 100Mbps（百兆）网速		

湖南商务职业技术学院
《纳税实务》课程标准
（2021年版）

本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

2021年5月

目　　录

一、课程性质与任务 416
（一）课程性质 416
（二）课程任务 416
二、课程核心素养与课程目标 417
（一）课程核心素养 417
（二）课程目标 418
三、课程结构 419
（一）课程模块 419
（二）学时安排 419
四、课程内容 420
五、课程实施 425
（一）教学要求 425
（二）教师团队建设 425
（三）课程考核评价 426
（四）教学设备设施配备要求 428
（五）教材及参考资料要求 428
六、说明 429

《纳税实务》课程教学标准

课程代码：0101243

课程名称：纳税实务

课程类别：理论+实践课

总学时：32 学时　　理论学时：16 学时　　实践学时：16 学时

学　　分：2 学分

适用对象：大数据与会计、大数据与财务管理、会计信息管理专业

预修课程：《基础会计》、《经济法基础》

开课部门：会计学院

标准开发：本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

一、课程性质与任务

（一）课程性质

《纳税实务》是高等职业教育大数据与会计、大数据与财务管理、会计信息管理等专业的一门专业核心课程。其教学目标就是掌握各税收政策的制定原理、计算方法及会计处理方法，达到的岗位目标是各类企业的税务会计核算岗位、纳税申报岗位，要求从业者能够熟练进行税收的计算、纳税的申报。同时还注重学生职业道德、职业素养的培养，注重学生操作动手能力的培养，注重学生职业判断能力的培养，注重学生职业生涯的可持续发展培养，为学生专业职业能力的提升奠定了基础。本课程是构成专业基本能力——会计与财税技能的重要组成部分。该课程既学习税收工作中的会计问题，也学习会计工作中的税收问题，是一门融税收法规制度和会计核算于一体的核心实践课程。

（二）课程任务

《纳税实务》课程是一门实践性很强的核心课程，本课程以就业为导向，以财政部制定的企业会计准则和会计制度为指导，根据高职院校学生的特点和认知规律，依据初级会计师职业资格考试的标准，在企业行业专家对会计专业所涵盖的岗位群进行任务与职业能力分析的基础上，遵循工作过程系统化的课程开发思路，以纳税申报的程序、税务登记程序、流转税的核算与处理、所得税的核算与处理、资源税的核算与处理、财产税的核算与处理、行为目的税的核算与处理为课程主线。根据不同税种涉及的主要经济业务核算和账务处理，合理设计教学单元，采用以任务驱动的项目教学法，运用情

景模拟、角色互换、仿真操作、分组讨论等多种教学方法。通过工作任务整合相关知识和能力，融“教、学、做”为一体，注重对学生会计职业能力、职业技能和职业道德的训练和培养，提升学生的岗位适应能力。

根据企业纳税岗位工作过程的课程开发思路，将《纳税实务》课程设置成八个教学项目，也就是 8 项综合能力，再将每项综合能力分解成若干专项能力（工作任务），然后将每一模块与特定的职业能力培养相结合，采用综合化与模块化相结合的方式构建课程的内容体系。教师在授课过程中，根据各教学情境，围绕工作任务，以实践知识为主，在课程内容的选择上突破课程内容理论化的局限，其理论知识以“满足实践操作”为选择标准；在课程内容排序上，突破课程内容排列系统化的不足，而是以任务的难易程度而不是知识的逻辑结构排序；教学方法以案例教学法、项目导向法和任务驱动法为主；对教学的评价以学生对所学知识和技能的实际应用为依据。

本课程的作用是：使学生具有税费计算与纳税申报的能力，能够根据企业经济业务确定其纳税义务及所涉及的税种、税目、税率和计税依据；能够运用税法规定的减免税优惠政策准确计算企业当期应纳税额；能够填写相关税种的纳税申报表；能够与税务、银行等涉税业务机构进行交流沟通

本课程前导课程有《基础会计》、《经济法基础》、《初级会计实务》等。后续课程有《纳税筹划)》、《中级会计实务》和《会计综合实训》。

二、课程核心素养与课程目标

（一）课程核心素养

《纳税实务》课程在数字时代及信息技术的深入应用的背景下，将专业能力贯穿于整个教学体系中，讲授专业知识的同时培养多层次通用能力，是教学体系中非常重要的一个环节，也是提升学生就业能力的基础。是以核心素养框架和要素为指导思想，细化《纳税实务》的教学主题，挖掘核心素养并与现实建立关联，开发多样化教学资源和教学方法，使核心素养培养融合于教学过程。形成以培养学生核心素养为目标，建立财税思维、理解纳税与申报原理，解决实务问题的教学指导思想框架，借助实际工作的各税种税额的核算与申报流程，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的能力。《纳税实务》课程核心素养主要包括良好的职业道德、财税核算申报与筹划能力、终身学习能力三个方面。

（1）培养学生良好的职业道德

学生需具备自主学习的能力；具有自我管理意识、较强的社会责任意识；具有团队精神、协调能力、组织管理能力、全局观念；遵守行业道德规范和法规，保守秘密，爱岗敬业；具有创新、创业精神，能规范与完善企业内部管理制度。

（2）培养学生财税核算申报与筹划能力

学生通过对该门课程的学习，掌握各税收政策的制定原理、计算方法及会计处理方法，能够熟练进行各税种的计算、核算及纳税的申报。从专业就业岗位及职业发展岗位，涉及到了税务会计岗位，

该岗位会要求的任务有纳税计算、税务核算、纳税申报及税务管理，这要求涉税务人员会税务计算、税务核算、税务申报、税务筹划。

（3）学生终身学习能力的培养

在互联网背景下，知识更替非常迅速，在互联网背景下，会计工作已经引入云计算、大数据等，会计人员岗位职责也从账务管理逐渐向管理型会计转变，会计人员需要将更多的时间投入到为企业管理层提供信息数据中。提升会计工作的分析、管理与预测能力。为企业制定发展战略和做出决策时提供更加精确的信息支持。《纳税实务》课程要以培养学生的兴趣为基础，以就业为导向，具有终身财税学习能力为目标，联系学生实际情况，有针对性地指导学生进行学习，提高学生思想认识，拓展学生意志情操，全面提高学生综合素养。

（二）课程目标

本课程总目标是：课程运用培养学生实践能力和创新能力的现代教学理念，组织以岗位（项目）、任务为主线的课程教学内容，选用适合本课程项目及任务驱动教学的教材，综合运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法及仿真业务教学法等多种教学方法与手段，采用多样化的考核方式，辅以完备的课程网上教学资源，达到让学生扎实掌握企业税务会计核算的基本方法，具备处理企业税务事项的实际能力，全面地掌握税务会计岗位的业务技能并拥有更好地履行其岗位职责的能力。使学生具备对各种税收的核算能力，纳税申报能力及筹划能力。

本课程的基本要求是：课程运用案例教学法、讨论教学法、项目教学法、任务驱动教学法等多种方法开展教学，结合仿真业务边学边做，完成纳税申报技能训练。结合纳税实务课程内容将社会主义核心价值观、工匠精神、职业道德融入教学全过程。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具备扎实的税务会计理论知识和较强的纳税实务操作技能。

具体目标是：根据高职会计专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下具体教学目标。

1．素质目标

（1）具备自主学习的能力；

（2）具有自我管理意识、较强的社会责任意识；

（3）具有团队精神、协调能力、组织管理能力、全局观念；

（4）遵守职业道德规范和法规，保守秘密，爱岗敬业；

（5）具备逻辑与数据思维、应变能力。

2．知识目标

（1）掌握增值税一般纳税人应纳税额、小规模纳税人应纳税额、进口货物应纳税额的计算；

（2）掌握一般纳税人的纳税申报和小规模纳税人的纳税申报；

（3）熟悉出口货物退税额的计算和出口货物退（免）税的管理；

（4）掌握消费税直接对外销售应税消费品的应纳税额、自产自用应税消费品的应纳税额、委托加工应税消费品的应纳税额、进口应税消费品的应纳税额的计算；

（5）掌握企业消费税纳税申报表的填报、出口应税消费品应退税额的计算；

（6）掌握企业所得税应纳税所得额、本年度应纳所得税额和核定征收企业的应纳所得税额的计算；

（7）熟悉企业所得税月（季）度预缴纳税申报表、企业所得税年度纳税申报表的填报、熟悉办理汇算清缴相关手续；

（8）掌握个人所得税工资、薪金所得、经营所得、劳务报酬所得、稿酬所得、特许权使用费所得、财产租赁所得、财产转让所得、利息、股息、红利所得和偶然所得的应纳个人所得税计算；

（9）熟悉填写扣缴个人所得税纳税申报表和办理个人所得税纳税申报相关手续。

（10）掌握关税、资源税、城镇土地使用税、房产税、契税、土地增值税、车辆购置税、车船税、印花税、城市维护建设税等应纳税额的计算及账务处理。

3．能力目标

（1）具有税费计算与纳税申报的能力；

（2）能够根据企业经济业务确定其纳税义务及所涉及的税种、税目、税率和计税依据；

（3）能够运用税法规定的减免税优惠政策准确计算企业当期应纳税额；

（4）能根据企业经济业务发生的具体情况，确定纳税义务的发生时间；

（5）能准确计算企业当期应纳税额；

（6）能填写相关税种的纳税申报表；

（7）能根据税法规定选择纳税地点及时办理纳税申报和税款缴纳手续；

（8）能与税务、银行等涉税业务机构进行交流沟通。

三、课程结构

（一）课程模块

《纳税实务》的基础模块是必修内容，是高等职业教育专科学生提升其财税素养的基础，包含增值税纳税实务、消费税纳税实务、关税纳税实务、企业所得税纳税实务、个人所得税纳税实务、资源税纳税实务、财产和行为税纳税实务、特定目的税纳税实务八部分内容。

（二）学时安排

《纳税实务》的基础模块建议学时为32学时，建议第二学期开设。教学学时分配建议如下表1所示。

表1　教学学时分配表

模块编号	教 学 模 块	授 课	实 践	合 计
1	增值税纳税实务	4	4	8
2	消费税纳税实务	2	2	4
3	关税纳税实务	1	1	2
4	企业所得税纳税实务	3	3	6
5	个人所得税纳税实务	2	2	4
6	资源税纳税实务	1	1	2
7	财产和行为税纳税实务	1	1	2
8	特定目的税纳税实务	1	1	2
9	机动	1	1	2
	合计	16	16	32

四、课程内容

《纳税实务》课程的教学内容主要包括增值税、消费税、企业所得税、个人所得税、关税、资源税、城镇土地使用税、房产税、契税、土地增值税、车辆购置税、车船税、印花税、城市维护建设税等税种的相关知识、应纳税额的计算及主要税种的纳税申报。使学生掌握企业税务会计核算的基本方法，具备处理企业税务事项的实际能力和税务会计岗位的业务技能,拥有更好地履行其岗位职责的工作能力。同时，使学生具备对各种税收的核算能力、纳税申报能力及筹划能力。本课程具体内容与要求如表 2 所示。

表 2 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	**增值税纳税实务**		（二） 增值税概述 （二）征税制度 1.纳税义务人 2.征税范围 3.税率 4.了解税收优惠，包括免税项目和增值税的起征点	1.掌握增值税应纳税额的计算； 2.掌握增值税纳税申报表的编制。	教师提出相应的问题，导入学生对增值税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

		8	（三）增值税应纳税额计算 1.一般纳税人应纳税额的计算：应纳增值税额=当期销项税额—当期进项税额 2.小规模纳税人应纳税额的计算 3.进口货物应纳税额的计算 组成计税价格=关税完税价格+关税+消费税 应纳税额=组成计税价格*税率 （四）出口货物退税 （五）增值税的征税管理 （六）掌握增值税防伪税控系统的操作		获得相关知识。以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对增值税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	
2	**消费税纳税实务**	4	（一）消费税概述 （二）消费税的征税制度 （三）消费税应纳税额的计算 1.从价定率计税方法 2.从量定额计税方法 3.复合计税方法 4.有税额扣除的应纳税额计算 （四）消费税的征税管理 1.纳税义务发生时间、纳税期限、纳税环节、纳税地点 2.纳税申报	1.掌握消费税应纳税额的计算； 2.掌握消费税纳税申报表的编制。	教师提出相应的问题，导入学生对消费税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对消费税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

3	**关税纳税实务**	2	（一）关税概述 （二）关税的征税制度 1.纳税义务人 2.征税对象 3.进出口货物关税税率的设置和适用 4.税收优惠 （三）关税应纳税额的计算 1.关税完税价格 2.应纳税额的计算 （四）关税的征税管理	1．掌握关税应纳税额的计算； 2．熟悉关税纳税申报表的编制。	教师提出相应的问题，导入学生对关税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对关税的核算及账务处理。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做
4	**企业所得税纳税实务**	6	（一）企业所得税概述 （二）企业所得税的征税制度 1.纳税义务人 2.税率：25% 3.税收优惠 （三）企业所得税应纳税所得额的确定 1.应税收入的确认 2.准予扣除项目的确定 3.不得扣除项目的 4.亏损弥补 5.资产的税务处理 （四）企业所得税的计算 （五）企业所得税的征税管理	1 掌握企业所得税应纳税额的计算； 2．掌握企业所得税纳税申报表的编制。	教师提出相应的问题，导入学生对企业所得税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对企业所得税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	案例教学讨论教学法、任务驱动学、边学边做
5	**个人所得税纳税实务**	4	（一）个人所得税概述 1.个人所得税概念 2.我国个人所得税的作用 （二）个人所得税的征收制度 1.纳税义务人 2.征税对象 3.税率 4.税收优惠	1．掌握个人所得税应纳税额的计算； 2．掌握个人所得税的纳税申报。	教师提出相应的问题，导入学生对个人所得税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

			（三）个人所得税应纳税额的计算 1.应纳税所得额的确定 2.应纳税额的计算 （四）个人所得税的征税管理 1.自行申报纳税 2.代扣代缴		解。该任务完成后，学生能掌握相关对个人所得税的核算、账务处理及纳税申报表的编制。	
6	**资源税税纳税实务**	2	（一）资源税 1.资源税纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.减免税优惠 5.应纳税额的计算 6.征税管理 （二）城镇土地使用税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率 5.减免税 6.应纳税额的计算 7.征税管理 （三）土地增值税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率 5.减免税 6.应纳税额的计算 7.征税管理	1.了解资源税、城镇土地使用税、土地增值税的基本内容； 2.掌握资源税、城镇土地使用税、土地增值税的计算和会计处理； 3.完成相关税种的实训作业。	教师提出相应的问题，导入学生对资源税、土地增值税及城镇土地使用税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对资源税、土地增值税及城镇土地使用税的核算及账务处理。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做
7	**财产和行为税纳税实务**	2	（一）房产税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据及税率 4. 减免税优惠 5. 应纳税额 6.征税管理 （二）契税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税依据 4.税率：3-5%幅度比例税率 5.减免税优惠	1.对各财产和行为税的纳税人、征税范围、税率、计税依据、征税方法等基本问题有一个全面深入的认识； 2.应用上述知识计算财产和行为税的应纳税额以及进行会计账务处理； 3.完成相关税种的实训作业。	教师提出相应的问题，导入学生对房产税、契税、印花税及车船税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对房产	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

			6.应纳税额：应纳税额=计税依据*税率 7.征税管理 （1）纳税义务发生时间 （2）纳税期限 （3）纳税地点 （4）纳税申报 （三）车船税 1.纳税人 2.征税范围 3.计税标准：按车船的种类和性能，分别确定为辆、净吨位和载重吨位 4.税率 5.减免税优惠 6.应纳税额 7.征税管理 （四）印花税 1.纳税人 2.征税对象 3.税率： 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征税管理 （1）纳税办法 （2）违章处罚		税、契税、印花税及车船税的核算及账务处理。	
8	**特定目的税纳税实务**	2	（一）城市维护建设税 1.纳税人 2.计税依据 3.税率 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征收管理 （二）车辆购置税 1.纳税人 2.征税对象 3.税率：10% 4.税收优惠 5.应纳税额 6.征税管理	1.了解城市维护建设税及车辆购置税特点和内容； 2.掌握上述税种的计算，正确的进行会计处理； 3.完成相关内容的实训及作业。	教师提出相应的问题，导入学生对城市维护建设税及车辆购置税知识的了解，及对整个相应内容的概括说明，从而也引导学生通过自主学习获得相关知识。 以任务驱动教学进程，教师演示讲解和学生自主完成相结合，教师对完成情况进行总结，并对相关知识点进行讲解。该任务完成后，学生能掌握相关对城市维护建设税及车辆购置税的核算及账务处理。	案例教学、讨论教学法、任务驱动学、边学边做

五、课程实施

（一）教学要求

学法、项目教学法、任务驱动教学法等方法开展教学，结合仿真业务边学边做，完成纳税申报技能训练；切实加强课程思政，将职业道德、工匠精神融入教学全过程。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核。任课教师应具备扎实的税务会计理论知识和较强的纳税实务操作技能。

1．立德树人，加强对学生的情感态度和社会责任的教育

在《纳税实务》课程教学过程要要落实立德树人的根本任务，贯彻课程思政要求，使学生在纷繁复杂的社会环境中能站稳立场，明辨是非、行为自律，知晓责任。老师要引导学生直面问题，思考、辨析、解决问题的过程中逐渐形成良好的财税社会责任意识。教师可以教学过程引入实际工作案例，使学生认识相关法律法规的重要性和必要性，鼓励学生在面对财税困境时，能基于相关法法律法规和伦理道德准则，做出理性的判断和负责的行动。

2．突出技能，提升学生的财税综合能力

《纳税实务》要重点培养学生的财税的综合能力。掌握企业税务会计核算的基本方法，具备处理企业税务事项的实际能力，全面地掌握税务会计岗位的业务技能并拥有更好地履行其岗位职责的能力。使学生具备对各种税收的核算能力，纳税申报能力及筹划能力。

（1）灵活多样的教学方法。采用任务驱动教学法、案例教学、边学边做等多种方法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力。

（2）教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂实训信息量，提高课堂教学效率，帮助学生熟悉实践工作环境以及纳税申报的具体操作，加强网络教学共享平台建设，通过平台进行师生交流与学习，提高学生的综合学习能力。

（3）专业教学资源丰富。开发本课程的微课视频、教学课件、数字化教学案例库、数字教材、题库等数字资源，依托超星学习通网络教学平台，建设《纳税实务》网络在线精品开放课程，并不断进行数字资源更新。同时，适当选用共享型、教学互动、适应线上线下混合式教学模式的优质网络教学资源。

（二）教师团队建设

高等职业教育专科《纳税实务》教师要牢固树立良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的纳税申报实践经验和良好的课程教学能力。《纳税实务》教师的数量应按照国家有关标准配备。

1.课程负责人

课程负责人应该熟悉会计工作的理论知识和税费的核算基本业务流程，具有一定的会计确认、计量、记录和报告的方法能力及税费核算、申报与筹划能力，懂得高职教育规律，实

践经验丰富，教学能力强，在会计核算等领域有一定影响，具有高级职称（或高级职业资格）的“双师”素质教师。

2.主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具备会计学知识体系和税法知识体系的专业知识；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

3.教师专业背景与能力要求

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高等教育教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称，在会计核算方面和税费计算、申报及筹划有较强的实践能力。

（三）课程考核评价

1．课程考核成绩构成

课程考核由平时成绩和期末闭卷两部分组成。具体考核成绩评定办法如下：课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

（1）平时成绩课堂表现（10%）

出勤率＋学习态度＋课堂表现＋精神面貌

（2）平时成绩实践操作（20%）

设置了 5 个实践操作项目（见表 3）：实践操作设计了内容细化的项目考核评价表，包括：基本操作技能（65%）、学习态度（15%）、实训报告撰写（20%），采取学生自评及老师评价方式，注重过程考核。

（3）期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。期末考试成绩题型为：单选题＋多选题＋判断题＋计算分析题。具体方案见表 3。

表 3 课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%

1	平时课堂表现	1、迟到、早退一次扣分 0.5 分，旷课一次扣 1 分 2、课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	考勤 课堂点名答问 课堂情况实施记录	10%
2	平时实践操作	增值税纳税申报表的编制 消费税纳税申报表的编制 企业所得税纳税申报表的编制 个人所得税纳税申报表的编制 相关税种的账务处理	依据老师检查实践作品评价方式	20%
3	期末考核	单选题 多选题 判断题 计算分析题	闭卷考试	70%

2.课程考核内容

考试内容选取与模块设置充分考虑本课程的培养目标、核心技能以及课程的教学实施手段，贯彻了本课程以培养技能为核心，以实践与理论的融合为模式的思想与策略。具体考核内容：

（1）增值税纳税实务

增值税的概念、纳税义务人、征税范围、税率、计税依据、应纳税额的计算、税收优惠政策及税收征收管理。

（2）消费税纳税实务

消费税的概念、纳税义务人、征税范围、税率、计税依据、应纳税额的计算、税收优惠政策及税收征收管理。

（3）关税纳税实务

关税的概念、纳税义务人、征税范围、税率、计税依据、应纳税额的计算、税收优惠政策及税收征收管理。

（4）企业所得税纳税实务

企业所得税的概念、纳税义务人、征税范围、税率、计税依据、应纳税额的计算、税收优惠政策及税收征收管理。

（5）个人所得税纳税实务

个人所得税的概念、纳税义务人、征税范围、税率、计税依据、应纳税额的计算、税收优惠政策及税收征收管理。

（6）资源税税纳税实务

资源税、城镇土地使用税、土地增值税的概念、纳税义务人、征税范围、税率、计税依

据、应纳税额的计算、税收优惠政策及税收征收管理。

（7）财产和行为税纳税实务

房产税、契税、车船税、印花税的概念、纳税义务人、征税范围、税率、计税依据、应纳税额的计算、税收优惠政策及税收征收管理。

（8）特定目的税纳税实务

车辆购置税、城市维护建设税的概念、纳税义务人、征税范围、税率、计税依据、应纳税额的计算、税收优惠政策及税收征收管理。

（四）教学设备设施配备要求

应配备多媒体教室，有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

（五）教材及参考资料要求

1．教学资料选取原则

《纳税实务》课程需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。将本专业领域的最新会计准则制度规定及实际操作中应用的新知识和方法及时纳入其中；教材活动设计要具有可操作性。

教材是体现教学改革思路和教学实践成果的最好平台。本课程建议使用的教材是优质的国家规划教材，教材内容应充分体现任务项目引领、职业能力导向课程的设计思想，结合专业岗位职业需求，创新内容，科学设计，方便学生课后线上学习。贯彻以培养专业能力、方法能力等综合素质为目标，以企业典型工作任务为主线，将纳税实务各项目的知识点贯穿起来，实现“教、学、做”合一的教材。

2．教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。教材的内容在注重纳税实务实际操作技能训练的同时，还应把现有企业常用案例的融入教材理论知识，以便教材内容更加实际工作实际。在形式上应适合高职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点。应当将学生活动作为教材内容的重要组成部分。学生在知识、技能、素质等方面的全面发展，应当通过他们积极参与活动来实现。

3．推荐教材

《纳税实务》（第 2 版）周伟华主编；中国财政经济出版社.2021 年 03 月。

4．其他资源

税务软件、教学课件、教学挂图、教学视频、来自企业行业的制度与管理规范、参考书籍主要有科学经济出版社的考证教材《税法》等

六、说明

1．本课程标准由《纳税实务》课程专业教学团队合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2021 年 5 月 1 日

湖南商务职业技术学院
《企业内部控制》课程标准
（2021年版）

本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

2021年5月

目　　录

一、课程性质与任务.....432
（一）课程性质.....432
（二）课程任务.....432
二、课程的核心素养与课程目标.....433
（一）课程核心素养.....433
（二）课程目标.....433
三、课程结构.....434
（一）课程模块.....434
（二）课时安排.....434
四、课程内容.....436
五、课程实施.....442
（一）教学要求.....442
（二）教师团队建设.....442
（三）课程考核评价.....443
（四）教学设备设施配备条件.....444
（五）教材及参考资料要求.....444
六、说明.....445

《企业内部控制》课程教学标准

课程代码：

课程名称：企业内部控制

课程类别：理论+实践课

总 学 时：40 学时　　理论学时：24 学时　　实践学时：16 学时

学　　分：2.5 学分

适用专业：大数据与财务管理

预修课程：《初级会计实务》、《企业财务管理》、《计算机基础》、《大数据基础》、《纳税实务》、《会计信息系统应用（财务链）》、《财务大数据分析》、《管理会计实务》等课程

开课部门：会计学院

标准开发：本课程标准由财务管理专业教学团队和湖南中德安普大数据网络科技有限公司合作开发。

一、课程性质与任务

（一）课程性质

《企业内部控制》课程是大数据与财务管理专业的一门专业拓展课程，也是一门新兴的将现代化管理与经济学、会计学融为一体的综合性交叉学科，是基于职业发展需要而设置的课程，是职业素质养成课程，既培养学生掌握科学的工作态度、方法，又锻炼学生具体工作技能。《企业内部控制》课程是在学生系统掌握《基础会计》、《初级会计实务》和《经济学基础》等课程的基础上所开设的一门课程，其教学目标是让学生运用所学财会类的知识，对企业内部各项目管理的现状和存在的问题进行系统的分析，从而提高学生的知识运用能力。

（二）课程任务

《企业内部控制》课程是一门实践性很强的应用型课程，通过学习这一课程的教学，使学生掌握我国新颁布的《企业内部控制基本规范》的框架体系，掌握内部控制的基本理论和基本方法，掌握实施内部控制的基本思路和实施内部控制需要考虑的关键因素，为学生在今后的工作中运用内部控制的思想识别、评估、控制和防范风险，提高企业经营管理能力和风险防范能力打下基础。

本课程的作用是使学生初步掌握企业加强内部控制的基本技能和方法，做到工作中不仅

会记账、算账和报账，还有学会从企业管理的角度出发，考虑会计及其相关工作中的问题，制定完善企业各项业务流程、建立企业内部控制制度，从而堵塞漏洞，融入企业，参与管理。

二、课程的核心素养与课程目标

（一）课程核心素养

《企业内部控制》是一门理论性与实践性较强的课程，要求学生通过课程学习，能说出内部控制的要素、能设计企业各业务环节内控制度、能进行简单进行内控评价，有一定的企业风险评估能力。要达到这一教学要求，要为学生提供尽可能完善的教学服务，帮助他们掌握本课程教学大纲要求学习的内容。

本课程注重科学性、先进性和适用性，强调学以致用，努力提升学员内部控制的知识结构和能力框架，使学员不仅能够理解内部控制的基本理论，而且能够较为熟练地对不同企业的内部控制做出分析和评价，熟悉企业内部控制设计的基本原理和方法，掌握先进的风险管理流程和技术。倡导实际案例项目教学法，注重培养学生的职业能力。《企业内部控制》课程核心素养主要包括良好的职业道德、专业分析能力两个方面。

（1）培养学生良好的职业道德

在日常教学中，可以潜移默化中提升学生的会计职业道德。要借助教育教学改革的大潮，提升学生的职业道德品质，在教学中不断进行渗透。

（2）培养学生专业分析能力

社会每天都处于变化之间，企业也一样。对于学生而言，将所学的专业知识合理有效的运用于生活实践才是学习的本质所在。在对不同企业内部控制情况进行分析时，就需要学生系统的运用自己所学的各科知识，在综合分析企业内部控制现状的基础上，发现企业内部控制存在的薄弱之处，并在此基础上针对性的提出切实可行的治理措施。通过对不同案例进行有效分析，能在很大程度上提高学生的思维能力和分析能力。

（二）课程目标

1. 总体目标

本课程以就业为导向，是在行业专家对财会类专业所涵盖的岗位群进行任务与职业能力分析的基础上开设的。在工作任务引领下以情景模拟、角色互换、仿真操作、分组讨论等形式展开教学，使学生真切体会到会计循环中所需的职业能力和实际动手能力。要求学生做学结合、边学边做，培养学生在实际工作中的风险意识，提高学生内部管理能力。

2. 具体目标

根据高职会计专业人才培养方案及教学计划的要求，本课程应该达到以下教学目标。

1.素质要求

具备一定的逻辑思维能力和管理决策能力、风险管理与内部控制意识；具备与决策者和其它相关人员沟通的能力；具备崇德向善、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则的良好业务素质；具备认真细致、严谨的工作作风和敬业精神；具备沟通协作能力与风险判断意识。

2.知识要求

（1）熟悉企业内部控制的含义以及内容；

（2）掌握公司组织结构的设计与运行；

（3）熟悉企业内部控制环境：发展战略、人力资源、企业文化、社会责任等；

（5）熟悉企业内部控制应用：资金活动、采购业务、资产管理、销售业务等；

（6）熟悉企业内控支持系统：全面预算、合同管理、内部信息传递、信息系统等。

3.能力要求

能够明确各种经济业务内部控制制度的建立程序和方法，为各类企业建立和实施内部控制制度与风险管理提供理论基础和操作建议；能够找出企业各业务循环活动风险点，制订适合企业发展的内部控制系统，强化风险管理,确保单位各项业务活动的健康运行。

三、课程结构

（一）课程模块

企业内部控制的基础模块是必修内容，是高等职业教育专科学生提升其信息素养的基础，包含企业内部控制概述、货币资金活动控制、资产管理内部控制、采购业务内部控制、销售业务内部控制、财务报告内部控制、企业全面预算内部控制、企业合同管理内部控制、企业信息传递内部控制和企业内部控制评价十部分的内容。

（二）课时安排

本课程学时 40 学时（其中理论学时：24 学时，实训学时：16 学时），建议第五学期开设，教学学时分配建议如下表 1 所示。

表 1 教学学时分配建议表

模块编号	教学模块	理论学时	实训学时	合计
1	企业内部控制概述工作项目	2	0	2
2	企业资金活动内部控制工作项目	3	1	4
3	企业采购业务内部控制工作项目	2	2	4
4	企业资产管理内部控制工作项目	3	1	4
5	企业销售业务内部控制工作项目	2	2	4
6	企业财务报告内部控制工作项目	2	2	4
7	企业全面预算内部控制工作项目	2	2	4
8	企业合同管理内部控制工作项目	2	2	4
9	企业信息传递内部控制工作项目	2	2	4
10	企业内部控制评价工作项目	2	2	4
11	机动	2		2
12	合计	24	16	40

四、课程内容

《企业内部控制》课程是以满足中小企业中层管理岗位（如会计主管、财务经理、财务负责人等）所需的内部控制知识为目标，以内部控制工作中的实际教学案例为主线，以项目为载体，采用任务驱动、角色扮演等教学方法开展项目教学活动。教学内容包括企业内部控制概述工作项目、企业资金活动控制工作项目、企业采购业务控制工作项目、企业资产管理控制工作项目、企业销售业务控制工作项目、企业财务报告控制工作项目、企业全面预算控制工作项目和企业合同管理控制工作项目。使学生具备本专业的技术技能型人才所必需的内部控制方面的知识结构、基本技能、能力框架和职业素养，从而为学生的就业和从业后的发展奠定基础。本课程具体内容与要求如表 2 所示。

表 2 课程内容与要求一览表

序号	工作模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
1	企业内部控制概述	2		知识： 了解企业内部控制的历史演进 理解内部控制目标和原则 理解内部控制的内容和方法； 技能： 能够结合企业目标正确选择企业内部控制目标； 设计企业内部控制业务流程		多媒体演示； 案例教学
2	企业资金活动内部控制工作项目	4	（1）资金活动 （2）筹资活动 （3）投资活动 （4）资金营运	知识： 了解资金活动的意义； 理解资金活动的总体要求 理解筹资活动内部控制的目标； 理解筹资活动的风险； 掌握筹资活动的业务流程及内部控制内容； 掌握筹资活动风险管理与控制； 理解投资活动内部控制的目标； 理解投资活动的风险； 掌握投资活动的业务流程及内部控制内容；	企业资金活动内部控制案例分析	多媒体演示； 案例教学

序号	工作模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
				掌握投资活动风险管理与控制； 理解营运活动内部控制的目标； 理解资金营运活动的风险； 掌握资金营运活动的业务流程及内部控制内容； 掌握资金营运活动风险管理与控制		
				技能： 制订企业筹资活动内部控制措施； 制订企业投资活动内部控制措施； 制订资金营运活动内部控制措施。		
3	企业资产管理内部控制工作项目	4	（1）资产管理概述 （2）存货 （3）固定资产 （4）无形资产	知识： 了解资产管理意义； 理解资产管理的总体要求 理解存货内部控制的目标； 理解存货管理的风险； 掌握存货业务流程及内部控制内容； 掌握存货风险管理与控制； 理解固定资产内部控制的目标； 理解固定资产管理的风险； 掌握固定资产业务流程及内部控制内容； 掌握固定资产风险管理与控制； 理解无形资产内部控制的目标； 理解无形资产管理的风险； 掌握无形资产业务流程及内部控制内容； 掌握无形资产风险管理与控制	企业资产管理内部控制案例分析	多媒体演示； 案例教学
				技能： 制订存货管理活动内部控制措施； 制订固定资产管理活动内部控制措施； 制订无形资产管理活动内部控制措施		

序号	工作模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
4	企业采购业务内部控制工作项目	4	（1）采购业务概述 （2）采购业务风险 （3）采购业务的流程及内部控制内容 （4）采购业务风险管理与控制	知识： 了解采购业务含义； 理解采购业务内控目标； 理解采购业务内控的总体要求； 掌握采购业务存在的风险； 掌握采购业务的流程； 掌握采购业务风险管理与控制 技能： 识别企业采购业务存在的风险； 设计企业采购业务流程； 设计企业采购业务内部管理措施	企业采购业务内部控制案例分析	多媒体演示； 案例教学
5	企业销售业务内部控制工作项目	4	（1）销售业务概述 （2）销售业务风险 （3）销售业务的流程及内部控制内容 （4）销售业务风险管理与控制	知识： 了解销售业务含义； 理解销售业务内控目标； 理解销售业务内控的总体要求； 掌握销售业务存在的风险； 熟悉销售业务的流程； 掌握销售业务风险管理与控制 技能： 判断企业销售业务存在的风险点； 设计企业销售业务流程； 设计企业销售业务内部管理措施	企业销售业务内部控制案例分析	多媒体演示； 案例教学
6	企业财务报告内部控制工作项目	4	（1）财务报告内部控制概述 （2）财务报告风险 （3）财务报告流程和内部控制内容 （4）财务报告业务风险管	知识： 了解财务报告的含义； 理解财务报告的目标； 理解财务报告控制的目标； 掌握财务报告各环节可能存在的风险； 熟悉财务报告业务的流程；	企业财务报告内部控制案例分析	多媒体演示； 案例教学

序号	工作模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
			理与控制	掌握财务报告内部控制内容； 掌握财务报告各环节的管理与控制		
				技能： 分析企业财务报告各环节可能存在的风险； 建立财务报告业务流程； 设计企业财务报告内部控制措施		
7	企业全面预算内部控制工作项目	4	（1）全面预算内部控制概述 （2）全面预算管理体制 （3）全面预算流程和内部控制内容 （4）全面预算管理风险 （5）全面预算管理风险管理局与控制	知识： 了解全面预算的产生与发展； 了解全面预算的要领理解全面预算的目标； 理解全面预算控制的目标； 理解全面预算组织的风险； 熟悉全面预算的管理体制； 熟悉全面预算业务的流程； 熟悉全面预算内部控制内容； 掌握预算的管理与控制； 掌握预算执行管理与控制； 掌握预算考核管理与控制	企业全面预算内部控制案例分析	多媒体演示； 案例教学
				技能： 识别出全面预算各阶段的风险； 设计企业全面预算内部控制措施		
8	企业合同管理内部控制工作项目	4	（1）企业合同管理内部控制概述 （2）合同管理风险 （3）企业合同管理流程和内部控制内容 （4）企业合同管理风险管	知识： 了解合同的定义； 熟悉合同管理内部控制目标； 熟悉合同管理内部控制要求； 熟悉合同订立阶段以及履行阶段风险； 熟悉企业合同管理基本流程；	企业合同管理内部控制案例分析	

序号	工作模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
			理与控制	熟悉合同管理内部控制的内容； 掌握合同调查的管理与控制； 掌握合同谈判的管理与控制； 掌握合同文本拟订的管理与控制； 掌握合同审核的管理与控制； 掌握合同签署的管理与控制； 掌握合同履行的管理与控制； 掌握合同补充、变更和解约的管理与控制； 掌握合同结算的管理与控制；		
				技能： 识别企业合同管理中存在的风险； 设计合同管理的内部控制措施		
9	企业信息传递内部控制工作项目	4	（1）内部信息传递概述 （2）内部信息传递风险 （3）内部信息传递流程和内部控制内容 （4）内部信息传递风险管理控制	知识： 了解内部信息传递概念； 熟悉内部信息传递的总体要求； 了解内部信息传递的意义； 熟悉内部报告形成风险； 熟悉内部报告使用风险； 熟悉内部信息传递基本流程； 熟悉内部报告形成阶段内容； 熟悉内部报告使用内容； 掌握内部报告形成阶段管理与控制； 掌握内部报告使用阶段管理与控制； 掌握完善的反舞弊机制	企业信息传递内部控制案例分析	多媒体演示； 案例教学
				技能； 识别企业内部信息传递风险； 建立企业内部信息传递基本流程； 设计企业内部信息传递内部管理控制措施		

序号	工作模块	参考课时	课程内容	要求	活动设计	教学方法
10	企业内部控制评价工作项目	4	（1）内部控制评价概述 （2）内部控制评价的组织形式和职责安排 （3）内部控制评价程序 （4）内部控制评价方法 （5）内部控制评价缺陷认定 （6）内部控制评价报告	知识： 了解内部控制评价的含义与作用； 熟悉内部控制评价的流程； 掌握内部控制评价的内容； 了解内部控制评价的组织形式与职责安排； 掌握内部控制评价程序包括的几个阶段； 理解内部控制评价程序各阶段的主要工作； 了解内部控制缺陷的认定流程 掌握内部控制缺陷的分类 熟悉内部控制缺陷的报告和整改； 掌握内部控制评价报告的种类 了解内部控制评价报告的内容		多媒体演示； 案例教学
				技能； 设计内部控制评价程序； 内部控制评价方法的应用		

五、课程实施

（一）教学要求

采用案例教学、情景教学与任务驱动法，突出重点，培养学生分析问题、解决问题的能力，充分体现教、学、做统一；切实加强课程思政，将职业道德、工匠精神融入教学全过程。课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。任课教师应具有扎实的内部控制理论基础与化解企业经营风险的能力。根据培养学生将所学知识运用于实践，并加强学生分析能力这一主线，设置教学框架。理论教学以“够用”为原则，强调理论对实践的指导作用。 任课教师应具有扎实的内部控制理论基础与化解企业经营风险的能力。

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“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践性教学环节，突出学生综合素质和职业能力培养，激发学生学习知识和分析问题的兴趣，不断提高学生实践能力和创新能力。

2. 坚持案例教学，选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合。

3. 教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流、相互切磋，教学相长，相得益彰的教学模式与氛围。要不断改革教学方法和手段，融“教、学、做”为一体，积极探索任务驱动、一体化教学、案例教学等多种教学方法，采取小组活动、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综合职业能力。

（二）教师团队建设

高等职业教育专科《企业内部控制》教师要牢固树立良好的师德师风， 符合教师专业标准要求，具有良好的课程教学能力。《企业内部控制》教师的数量应按照国家有关标准配备。

1．课程负责人

课程负责人应该熟悉企业内部控制工作的理论知识和基本业务流程，懂得高职教育规律，实践经验丰富，教学能力强，在会计核算等领域有一定影响，具有中级职称（或中级职业资格）的“双师”素质教师。

2．主讲教师

热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，有企业内部控制教学经验经历，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；具有企业内部控制的专业知识和财务管理工作经验；具备健康的体质、充沛的精力和良好的人际关系，身心素质合格。

3．教师专业背景与能力要求

主讲教师：具有本科及以上学历，具有高校教师资格证书的双师素质教师。教学经验丰富，教学理念先进，不仅能承担本课程教学，而且还能承担本课程建设与改革。

兼职教师：具有中级及以上技术职称，在企业内部控制方面有较强的实践能力。

（三）课程考核评价

1.课程考核成绩构成

本课程是一门实践性很强的专业基础课，该课程须采取灵活多样的考试制度和考核方法，采取理论教学和实践教学相结合、理论考试和分组案例分析。重在强化过程性考核，用过程的演练与环节的达标测试强化实操结果，旨在考核学生的分析能力。本课程为考试课，课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 30%；期末考核成绩占 70%。

（1）平时过程成绩 30%

①课堂表现（15%）

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

②实践操作（15%）

其中：课内实训（50%），作业完成情况（50%）。

（2）期末考试成绩 70%

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

表 3 课程考核方案

序号	考核内容	考核标准	考核方式	分值比例%
1	学习态度	1．迟到、早退一次扣 0.5 分，旷课扣 1 分 2.课堂与课外的学习积极性由教师酌情加分	课堂点名答问 课堂实施记录	15%
2	实践操作	企业内部控制案例分析	学生自评、老师评价	15%
3	期末考核	单选题 ；多选题；判断题；简答题；案例分析题	闭卷考试	70%

2.课程考核内容

企业内部控制概述工作项目、企业资金活动控制工作项目、企业采购业务控制工作项目、企业资产管理控制工作项目、企业销售业务控制工作项目、企业财务报告控制工作项目、企业全面预算控制

工作项目、企业合同管理控制工作项目的能力、企业信息沟通内部控制工作项目和企业内部控制评价工作项目等相关知识点的考查。

3.考核方案

（1）考核要求

符合企业会计工作的基本素质要求(认真、细致、客观、整洁、谨慎、耐心)。能事前做好准备工作，能按要求对企业内部控制案例进行分析，时刻保持工作台面清洁、及时清扫废弃杂物等。

（2）考核标准及方式

期末考试采取闭卷考试的形式对本学期所学的企业内部控制的相关内容进行考核。本课程考核方法采用百分制，包括过程性考核和结果考核两部分。过程考核主要从学生上课纪律及考勤情况、学习态度及参加讨论、回答问题、作业、平时测验、训练活动等方面进行，过程性考核占 30%；结果考核主要期终考试，考试内容为企业内部控制各章节的知识点，占 70%。

（四）教学设备设施配备条件

本课程教学场地主要为教室，学生按事前分好的组进行就坐，以便课堂上就相关案例及时展开讨论。教室应配备有办公软件和财务分析软件，有黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

同时，适当选用共享型、教学互动、适应线上线下混合式教学模式的优质网络教学资源，如下表。

表 3 网络资源选用表

网络资源名称	网址
中国教育网	http://www.chinaedunet.com/
中华人民共和国财政部	http://www.mof.gov.cn/
智慧职教	https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinf
中华会计网校	http://www.chinaacc.com/
爱课程	http://www.icourse.cn
中国大会 MOOC	https://www.icourse163.org/course/SWPU-1449594163

（五）教材及参考资料要求

1. 教学资料选取原则

《企业内部控制》需采用以工作过程或任务为导向的项目化教学，教材选用必须依据本课程标准。教材应具备：以完成任务的典型活动项目来驱动，能使学生在各种活动中学会实际操作，突出实用性。

2.　教材内容的选择

应当符合学生的认知规律和人才培养要求。本课程尽可能采用全国高职高专教育规划教材，教材要求体例新颖，各章设案例导入，章后有案例实训，复习思考题与练习，理论与实践相结合，以便从循序渐进的教与学的环节中把握各章的重点与难点。文字表述直观、形象、通俗易懂。

3.推荐教材

《企业内部控制》高等教育出版社

《企业内部控制主要风险点、关键控制点与案例解析（2020 年版）》立信会计出版社

六、说明

1．本课程标准由《企业内部控制》课程专业教学团队合作开发。

2．本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3．执笔（课程负责人）：

4．初审（教研室主任或专业带头人）：

5．二审（二级学院、教学部负责人）：

6．三审专业建设委员会：

日期：2021 年 5 月 1 日