

2022 至 2023 学年第 二 学期

# 教 学 大 纲

学院： 经济与管理学院

系别： 市场营销系

年级专业： 2020—2022级市场营销专业

系主任： 黄海棠

2023年2月

# 目 录

|                   |    |
|-------------------|----|
| 营销策划教学大纲.....     | 1  |
| 分销管理教学大纲.....     | 6  |
| 零售管理教学大纲.....     | 12 |
| 网络视觉营销教学大纲.....   | 17 |
| 新媒体营销教学大纲.....    | 23 |
| 财务管理教学大纲.....     | 29 |
| 组织行为学教学大纲.....    | 34 |
| 公司治理教学大纲.....     | 40 |
| 市场调查教学大纲.....     | 47 |
| 数据库管理与分析教学大纲..... | 52 |
| 广告学教学大纲.....      | 57 |
| 会计学教学大纲.....      | 62 |
| 经济法教学大纲.....      | 68 |
| 图像处理技术教学大纲.....   | 77 |
| 营销策划实务教学大纲.....   | 83 |
| 实务专题（二）教学大纲.....  | 86 |
| 宏观经济学教学大纲.....    | 91 |
| 商业软件（二）教学大纲.....  | 96 |




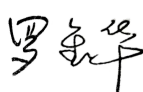
# 营销策划教学大纲

|                  |  |     |    |          |        |
|------------------|--|-----|----|----------|--------|
| 课程名称             | 营销策划   |     |    | 课程代码     | 034607 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input checked="" type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他                             |     |    | 授课教师     | 陈志斌    |
| 修读方式             | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学      分 | 2      |
| 开课学期             | 第一学期   | 总学时 | 32 | 其中实践学时   | 0      |
| 混合式<br>课程网址      |  |     |    |          |        |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 先修课程：市场营销学、消费者行为学、品牌管理、市场调查、财务管理、广告学<br>后续课程：营销策划实务  |     |    |          |        |
| B<br>课程描述        | 本课程《营销策划》是一门广泛吸收多学科知识的边缘科学，具有很强的实践性和应用性。实践性很强表现在其具备很强的操作性，重视培养学生的实际的各种营销能力：市场策划能力、制定营销组合策略的能力、市场营销策略的综合运用的能力；并且获得实际策划的能力。为毕业后成功地走上社会参加企业市场营销实践打下坚实的基础。   |     |    |          |        |
| C<br>课程目标        | （一）知识<br>1. 全面了解课程的体系、结构，对市场营销策划有一个总体的认识。理解营销策划所包含的概念、基本原理。<br>（二）能力<br>2. 市场营销策划能力；营销策划的实施与控制能力。<br>3. 培养营销的创新能力<br>（三）素养<br>4. 树立不断提升产品以及服务质量理念，满足人民对美好生活的追求；学习马克思主义认识论的内容与方法，指导营销策划；培养学生爱国主义精神。 |     |    |          |        |

| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求           | 毕业要求指标点 | 课程目标  |    |    |
|-----------------------------|----------------|---------|-------|----|----|
|                             | 专业知能           | A1      | 课程目标1 |    |    |
|                             | 实务技能           | B1      | 课程目标2 |    |    |
|                             | 应用创新           | C1、C2   | 课程目标3 |    |    |
|                             | 协作整合           | D2      | 课程目标4 |    |    |
| E<br>教学内容                   | 章节内容           |         | 学时分配  |    |    |
|                             |                |         | 理论    | 实践 | 合计 |
|                             | 第一章 营销策划导论     |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第二章 营销策划的流程    |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第三章 营销策划的创意    |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第四章 市场调研策划     |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第五章 产品策划       |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第六章 价格策划       |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第七章 市场推广策划     |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第八章 企业形象策划     |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第九章 公共关系策划     |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第十章 品牌策划       |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第十一章 网络营销策划    |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第十二章 房地产营销策划   |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第十三章 医药保健品营销策划 |         | 2     |    | 2  |
|                             | 第十四章 快速消费品策划   |         | 2     |    | 2  |

|                  |   |           |            |                                |          |               |
|------------------|---|-----------|------------|--------------------------------|----------|---------------|
|                  | 第十五章 营销策划书的撰写   |           |            | 2                              |          | 2             |
|                  | 复习  |           |            | 2                              |          | 2             |
|                  | 合 计   |           |            | 32                             |          | 32            |
| <b>F</b><br>教学方式 | <input checked="" type="checkbox"/> 课堂讲授 <input type="checkbox"/> 讨论座谈 <input checked="" type="checkbox"/> 问题导向学习 <input checked="" type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input type="checkbox"/> 实作学习 <input type="checkbox"/> 探究式学习 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input type="checkbox"/> 其他_____ |           |            |                                |          |               |
| <b>G</b><br>教学安排 | 授课<br>次别  | 教学内容      | 支撑课程<br>目标 | 课程思政融入<br>(根据实际情况至少填写3次)       |          | 教学方式<br>与手段   |
|                  | 1   | 1 营销策划导论  | 1、4        | 营销策划与马克思主义哲学的整体观和长远性对企业的       | 社会主义核心价值 | 课堂讲授          |
|                  | 2   | 2 营销策划的流  | 1、2        |                                |          | 课堂讲授          |
|                  | 3   | 3 营销策划的创意 | 1、3        |                                |          | 课堂讲授          |
|                  | 4   | 4 市场调研策划  | 1、2、4      | 体现马克思主义认识论的根本要求,“一切从实际出发,实事求是” | 社会主义核心价值 | 案例分析+<br>课堂讲授 |
|                  | 5   | 5 产品策划    | 1、2        |                                |          | 课堂讲授          |
|                  | 6   | 6 价格策划    | 1、2        |                                |          | 课堂讲授          |
|                  | 7   | 7 市场推广营策划 | 1、2、3      |                                |          | 课堂讲授          |
|                  | 8   | 8 企业形象策划  | 1、2        |                                |          | 课堂讲授          |
|                  | 9   | 9 公共关系策划  | 1、2        | 社会责任,爱国情怀,传递正能量                | 爱国主义教育   | 课堂讲授          |
|                  | 10  | 10 品牌策划   | 1、2        |                                |          | 课堂讲授          |

|                |   |             |              |  |                |      |
|----------------|---|-------------|--------------|--|----------------|------|
|                | 11  | 11 网络营销策划   | 1、2、3        | 守正创新，推动中国制造向中国创造转变、推动中国速度向中国质量转变、推动中国产品向中国品牌转变 | 民族自信<br>爱国主义教育 | 课堂讲授 |
|                | 12  | 12 房地产营销策划  | 1、2          |  |                | 课堂讲授 |
|                | 13  | 13医药保健品营销策划 | 1、2          |  |                | 课堂讲授 |
|                | 14  | 14 快速消费品策划  | 1、2          |  |                | 课堂讲授 |
|                | 15  | 15营销策划书的撰写  | 1、2、3、4      |  |                | 课堂讲授 |
|                | 16  | 复习          |              |  |                |      |
| H<br>评价方式      | 评价项目及配分   |             | 评价项目说明       |  | 支撑课程目标         |      |
|                | 平时（30%）   |             | 出勤、日常表现、课程作业 |  | 1、2、3、4        |      |
|                | 期末（70%）   |             | 闭卷考试         |  | 1、2、3、4        |      |
| I<br>建议教材及学习资料 | 教材：姜岩，《营销策划：方法、实务与技能》，清华大学出版社，2020年7月<br>参考书：<br>1. 李胜 黄尧 黄华，《营销策划—路径、方法与文案设计（第1版）》，北京大学出版社<br>2. 马尔科姆-麦克唐纳著，高杰译，《图解营销策划》，电子工业出版社<br>3. 杨明刚，《营销策划创意与案例解读》，上海人民出版社 |             |              |  |                |      |
| J<br>教学条件需求    | 多媒体教学设备   |             |              |  |                |      |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <p><b>K</b><br/><b>注意事项</b></p> | <p>本授课大纲H到O项可视教学需要进行调整</p>   |
| <p>备注：</p>                      | <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p>       |
| <p><b>审批意见</b></p>              | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p></p> <p>2023年2月10日</p>  |
|                                 | <p>专家组审定意见：</p> <p></p> <p>专家组成员签名： </p> <p>2023年2月11日</p> |
|                                 | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p></p> <p>教学工作指导小组组长：</p> <p>2023年2月12日</p>   |

## 分销管理教学大纲

|                  |   |     |    |              |        |
|------------------|---|-----|----|--------------|--------|
| 课程名称             | 分销管理  |     |    | 课程代码         | 034680 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他   |     |    | 授课教师         | 舒均治    |
| 修读方式             | <input type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学 分          | 2      |
| 开课学期             | 2022-2023学<br>年第2学期   | 总学时 | 36 | 其中实践学时（其他实践） | 0      |
| 混合式<br>课程网址      | 非必填，根据实际填写  |     |    |              |        |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 先修课程：市场营销学、企业管理原理、市场调查与预测<br>后续课程：销售管理、推销与谈判  |     |    |              |        |
| B<br>课程描述        | 分销管理是是高等学校市场营销专业本科专业培养方案中为高年级学生开设的一门专业课，也是三明学院经管学院为营销专业本科生开设的专业课。本课程的先行课程是市场营销学、企业管理原理、市场调查与预测、推销学等，要运用先行课程中的基本知识、基本理论和基本方法，进一步学习和掌握市场营销活动中的营销渠道管理的知识、基本理论和相关方法，指导将来的企业营销渠道管理工作。本课程主要讲述企业营销渠道的结构和功能，营销渠道战略和渠道设计，营销渠道成员选择管理，渠道中的分销商，营销渠道流程和营运管理等。营销渠道管理与企业营销实际工作有直接的联系，对学生将来从事营销实际工作有直接的指导作用，学生将来工作中要广泛运用该课程的知识。 |     |    |              |        |



|                             |  |   |         |
|-----------------------------|--|---|---------|
| C<br>课程目标                   | <p>例如：</p> <p>（一）知识</p> <p>1.1 掌握营销渠道管理的基本概念及营销渠道设计、渠道成员选择、渠道领导与激励、渠道成员之间的合作与冲突、营销渠道控制、渠道效率评估等基础知识。</p> <p>1.2 熟练掌握营销渠道的设计、营销渠道的策略选择、渠道领导与激励、渠道成员之间的合作与冲突、营销渠道控制、渠道效率评估等核心知识。</p> <p>（二）能力</p> <p>2.1 善用营销渠道概念设计营销渠道、渠道成员选择、渠道领导与激励、渠道成员之间的合作与冲突、营销渠道控制等实务技能。</p> <p>2.2 具有总结归纳营销渠道管理发展新动态的能力，善于运用相关研究成果推动营销企业服务与管理创新的能力。</p> <p>2.3 具备线上线下营销渠道设计、渠道成员选择、渠道领导与激励、渠道成员之间的合作与冲突、营销渠道控制、渠道效率评估等的能力。</p> <p>2.4 善于组建线上线下营销渠道、供应链电商渠道设计和团队协作的能力。</p> <p>（三）素养</p> <p>3.1 建立自主学习、创新精神以及符合社会主义核心价值观的精神。</p> <p>3.2 树立“营销渠道+互联网”的融合发展思维。</p> <p>3.3 构建以人为本的价值观，注重为用户提供个性化智能服务的实践。</p> <p><b>【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。</b></p> |   |         |
| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求   | 毕业要求指标点   | 课程目标    |
|                             | 专业知能   | A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。 | 课程目标1   |
|                             | 实务技能   | B2 具备执行、规划市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的能力。           | 课程目标2、3 |
|                             | 应用创新   | C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。                                  | 课程目标3   |
|                             | 协作整合   | D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。                         | 课程目标2   |
|                             | 社会责任   | E1 具有科学精神、人文修   | 课程目标3   |

|               |  |  |         |                          |      |         |
|---------------|--|--|---------|--------------------------|------|---------|
|               |  | 养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。 |         |                          |      |         |
| E<br><br>教学内容 | 章节内容   |  |         | 学时分配                     |      |         |
|               |  |  |         | 理论                       | 实践   | 合计      |
|               | 第1章 营销渠道管理的基础理论  |  |         | 6                        |      | 6       |
|               | 第2章 营销渠道管理   |  |         | 3                        |      | 3       |
|               | 第3章 渠道分析与目标确定  |  |         | 3                        |      | 3       |
|               | 第4章 渠道设计与策略选择  |  |         | 3                        | 6    | 9       |
|               | 第5章 渠道成员选择   |  |         | 3                        | 6    | 9       |
|               | 第6章 物流的组织与管理   |  |         | 3                        |      | 3       |
|               | 第7章 渠道领袖与渠道领导方法  |  |         | 3                        |      | 3       |
|               | 第8章 渠道成员之间的合作与冲突   |  |         | 3                        |      | 3       |
|               | 第9章 营销渠道控制   |  |         | 3                        |      | 3       |
|               | 第10章 渠道效率评估  |  |         | 6                        |      | 6       |
| F<br><br>教学方式 | √课堂讲授      □讨论座谈      √问题导向学习      √分组合作学习<br>□专题学习      □实作学习      □探究式学习      □线上线下混合式学习<br>□其他_____ |  |         |                          |      |         |
| G<br><br>教学安排 | 授课次别   | 教学内容   | 支撑课程目标  | 课程思政融入<br>(根据实际情况至少填写3次) |      | 教学方式与手段 |
|               |  |  |         | 思政元素                     | 思政目标 |         |
|               |  | 第1章 营销渠道管理的基础                                | 1.1，1.2 |                          |      | 面授      |
|               | 第2章 营销渠道管理   | 1.1，1.2                                      |         |                          | 面授   |         |

|                    |   |                 |                                    |                 |             |    |
|--------------------|---|-----------------|------------------------------------|-----------------|-------------|----|
|                    |   | 第3章 渠道分析与目标确定   | 2. 4                               |                 |             | 面授 |
|                    |   | 第4章 渠道设计与策略选择   | 2. 1, 2. 2, 2. 3                   | 社会主义核心价值<br>价值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |   | 第5章 渠道成员选择      | 2. 1, 2. 2, 2. 3                   | 李克强总理推<br>销中国高铁 | 3. 1        | 面授 |
|                    |   | 第6章 物流的组织与管理    | 2. 1, 2. 2, 2. 3                   | 社会主义核心价值<br>价值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |   | 第7章 渠道领袖与渠道领导方法 | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义核心价值<br>价值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |   | 第8章 渠道成员之间的合作   | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 习近平同志关<br>心沙县小吃 | 3. 1        | 面授 |
|                    |   | 第9章 营销渠道控制      | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义核心价值<br>价值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |   | 第10章 渠道效率评估     | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义核心价值<br>价值观 | 3. 1        | 面授 |
| H<br><br>评价方式      | 评价项目及配分   |                 | 评价项目说明                             |                 | 支撑课程目标      |    |
|                    | 平时（30%）   |                 | 平时作业完成情况，出勤情况                      |                 | （一）、（二）、（三） |    |
|                    | 其他实践（10%）   |                 | 见相关实验指导书（大作业两次，提交PPT，两次纸质版作业）      |                 | （一）、（二）、（三） |    |
|                    | 期末（60%）   |                 | 期末试卷成绩                             |                 | （一）、（二）、（三） |    |
| I<br><br>建议教材及学习资料 | 《营销渠道管理》，主编：庄贵军，北京大学出版社，2018年2月第3版<br>李先国主编.《分销渠道管理》.北京：清华大学出版社. 2012.<br>董方雷编著.《有效的分销管理》.北京：北京大学出版社. 2003. |                 |                                    |                 |             |    |

|   |  |
|---|--|
| <b>J</b><br><b>教学条件需求</b>   | 多媒体教室，可以使用网络的教室  |
| <b>K</b><br><b>注意事项</b>   |  |
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p> |  |
| <b>审批意见</b>   | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p>舒均治 李美兰 陈佳君</p> <p>2023年2月10日</p>    |
|   | <p>专家组审定意见：</p> <p>同意</p> <p>专家组成员签名：黄海豪</p> <p>2023年2月11日</p> |
|   | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p>   |

|  |  |
|--|--|
|  | <div data-bbox="1173 235 1316 324"></div> <div data-bbox="837 313 1133 358">教学工作指导小组组长：</div> <div data-bbox="1173 392 1364 436">2023年2月12日</div> |
|--|--|

## 零售管理教学大纲

|                  |   |     |    |        |        |
|------------------|---|-----|----|--------|--------|
| 课程名称             | 零售管理  |     |    | 课程代码   | 034639 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input checked="" type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他  |     |    | 授课教师   | 陈佳君    |
| 修读方式             | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修  |     |    | 学 分    | 3      |
| 开课学期             | 6   | 总学时 | 36 | 其中实践学时 | 12     |
| 混合式<br>课程网址      |   |     |    |        |        |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 先修课程：市场营销学、管理学，具备一定的营销理论基础，以及了解消费心理和消费行为相关理论在营销中的应用。<br>后续课程：消费者行为学   |     |    |        |        |
| B<br>课程描述        | 《零售管理学》为市场营销专业的专业方向课，是市场营销专业知识体系的重要组成部分。通过本门课程的学习，使学生了解零售营销管理的基本概念和基本原理；掌握必要的零售组织运营管理的原则和基本方法，能够运用消费者行为学、市场营销、商品管理等基础知识，解决零售业运营管理中会遇见的问题。   |     |    |        |        |
| C<br>课程目标        | <p>（一）知识</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握零售及零售业的基本概念、当前市场主要的零售业态及其特点、零售商的三种竞争战略、零售商的组织结构特点等基本知识，构建零售管理的基本理论框架；</li> <li>2. 掌握零售商圈调查分析、商铺位置选择、零售商竞争战略选择能力。</li> </ol> <p>（二）能力</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 对特定的零售卖场进行日常管理、货位布局设计、商品经营范围调整的能力；</li> <li>4. 零售商圈范围、商铺位置选择、零售商竞争战略选择、零售企业商品结构调整等问题的分析能力；</li> <li>5. 对不同类型卖场日常运营中出现的问题进行分析并解决问题的能力。</li> </ol> <p>（三）素养</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. 坚定社会主义核心价值观。养成良好的学习和从业习惯，坚守零售从业者的基本职业操守。</li> </ol> <p><b>【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。</b></p> |     |    |        |        |

|                                    |   |         |         |    |    |
|------------------------------------|---|---------|---------|----|----|
| <b>D</b><br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求  | 毕业要求指标点 | 课程目标    |    |    |
|                                    | 专业知能  | A1、A2   | 课程目标1、4 |    |    |
|                                    | 实务技能  | B1、B2   | 课程目标2、3 |    |    |
|                                    | 应用创新  | C2      | 课程目标5   |    |    |
|                                    | 协作整合  |         |         |    |    |
|                                    | 社会责任  | E1      | 课程目标6   |    |    |
| <b>E</b><br>教学内容                   | 章节内容  |         | 学时分配    |    |    |
|                                    |   |         | 理论      | 实践 | 合计 |
|                                    | 第一章 零售概述  |         | 4       | 0  | 4  |
|                                    | 第二章 零售业态  |         | 6       | 0  | 6  |
|                                    | 第三章 零售企业经营战略  |         | 6       | 0  | 6  |
|                                    | 第四章 商圈分析与选址决策   |         | 6       | 4  | 10 |
|                                    | 第六章 商店布局与商品陈列   |         | 6       | 4  | 10 |
|                                    | 第八章 零售企业商品规划  |         | 6       | 4  | 10 |
|                                    | 复习  |         | 2       | 0  | 2  |
|                                    | 合 计   |         | 36      | 12 | 48 |
| <b>F</b><br>教学方式                   | <input checked="" type="checkbox"/> 课堂讲授 <input checked="" type="checkbox"/> 讨论座谈 <input checked="" type="checkbox"/> 问题导向学习 <input checked="" type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input checked="" type="checkbox"/> 实作学习 <input type="checkbox"/> 探究式学习 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input type="checkbox"/> 其他_____ |         |         |    |    |

|             | 授课<br>次别 | 教学内容   | 支撑课程<br>目标  | 课程思政融入<br>(根据实际情况至少填写3次) |                     | 教学方式<br>与手段    |
|-------------|----------|--|-------------|--------------------------|---------------------|----------------|
|             |          |  |             | 思政元素                     | 思政目标                |                |
| 11G<br>教学安排 | 1        | 第一章 零售概述<br>第1节：零售的相关概念（重点）<br>第2节：零售也的发展历程<br>第3节：零售业发展的相关理论                            | 1、2、6、      | 2020年我国零售业发展概况           | 1. 国家视角             | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|             | 2        | 第二章 零售业态<br>第1节：零售业态的含义（重难点）<br>第2节：有店铺的零售业态（重点）<br>第3节：无店铺的零售业态<br>第4节：零售业态的发展趋势——全渠道零售 | 2、3         | 疫情期间便利店的<br>存在与发展        | 1. 家国意识<br>2. 公民责任感 | 课堂讲授           |
|             | 3        | 第三章 零售企业经营战略<br>第2节：零售企业环境分析<br>第3节：零售企业总体战略<br>第4节：零售企业竞争战略（重难点）                        | 2、3         | 限塑令的实施                   | 1. 制度自信<br>2. 可持续发展 | 课堂讲授           |
|             | 4        | 第四章 商圈分析与选址决策<br>第1节：商圈及其影响因素（重点）<br>第2节：商圈分析（重难点）<br>第3节：商店选址决策                         | 1、2、3、4、5、6 |                          |                     | 课堂讲授<br>讨论座谈   |
|             | 5        | 第六章 商店布局与商品陈列<br>第1节：商店布局（重点）<br>第2节：商品陈列与橱窗（重难点）<br>第3节：商店氛围                            | 1、2、3、4、5、6 |                          |                     | 课堂讲授           |



|                |   |   |                |  |             |      |
|----------------|---|---|----------------|--|-------------|------|
|                | 6   | 第八章 零售企业商品规划<br>第1节：商品分类与商品组合<br>第2节：商品结构优化（重难点）<br>第3节：零售企业自有品牌的开发（重点） | 1、2、3、4、5、6    |  |             | 课堂讲授 |
|                | 7   | 期末复习与答疑   |                |  |             |      |
| H<br>评价方式      | 评价项目及配分   |   | 评价项目说明         |  | 支撑课程目标      |      |
|                | 平时成绩（20%）   |   | 出勤及课堂表现情况、课程作业 |  | 1、2、3、4、5、6 |      |
|                | 实践成绩（10%）   |   | 实践报告           |  | 1、2、3、4、5、6 |      |
|                | 期末成绩（70%）   |   | 期末闭卷考试         |  | 1、2、3、4、5、6 |      |
| I<br>建议教材及学习资料 | 1. 教材<br>蒋秀兰 蒋春艳，《零售学》，清华大学出版社, 2018年6月出版，第2版。<br>2. 参考书目<br>[1] 蒋秀兰 蒋春艳，《零售学》，清华大学出版社, 2013年12月出版，第1版。<br>[2] 肖怡，《零售学》，高等教育出版社, 2013年8月出版，第3版。<br>[3] 王国才，《零售营销》，南开大学出版社, 2012年6月出版，第1版。 |   |                |  |             |      |
| J<br>教学条件需求    | 1. 多媒体或智慧教室，活动桌椅；<br>2. 学习通；<br>3. 满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。   |   |                |  |             |      |
| K<br>注意事项      |   |   |                |  |             |      |

|   |  |
|---|--|
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p> |  |
| 审批意见  | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p>陈佳君 陈永斌 陈永斌</p> <p>2023年2月10日</p>            |
|   | <p>专家组审定意见：</p> <p>同意</p> <p>专家组成员签名： 黄海蒙</p> <p>2023年2月11日</p>        |
|   | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p>罗永华</p> <p>教学工作指导小组组长：</p> <p>2023年2月12日</p> |

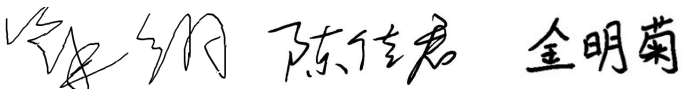

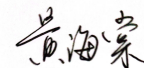
## 网络视觉营销教学大纲

|                  |  |     |    |        |        |
|------------------|--|-----|----|--------|--------|
| 课程名称             | 网络视觉营销   |     |    | 课程代码   | 034640 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input checked="" type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他 |     |    | 授课教师   | 陈翊     |
| 修读方式             | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学 分    | 3      |
| 开课学期             | 6  | 总学时 | 48 | 其中实践学时 | 24     |
| 混合式<br>课程网址      | 非必填，根据实际填写   |     |    |        |        |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 市场营销学、电子商务、图像处理技术  |     |    |        |        |
| B<br>课程描述        | <p>网络视觉营销是为市场营销专业开设的一门专业方向课程。通过本课程的教学，使学生比较全面、系统的掌握视觉营销的基本理论和基本知识，能从视觉的角度，进行营销判断与设计；培养学生正确分析和解决视觉营销上的一般问题的能力，以便较好地适应从事企业日常营销工作的需要，同时为后续课程的学习打下坚实的基础。</p>               |     |    |        |        |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <p style="text-align: center;"><b>C</b></p> <p style="text-align: center;"><b>课程目标</b></p>           | <p>(一) 知识</p> <p>1.1 掌握视觉营销的基本概念等基本知识，及其与市场营销学的理论之间的关联；</p> <p>1.2 掌握视觉营销分析的各个模块及方法。</p> <p>(二) 能力</p> <p>2.1 对营销视觉图进行分析的能力；</p> <p>2.2 构建适应不同环境下的视觉营销，并进行创新；</p> <p>2.3 整合团队沟通能力；</p> <p>2.4 视觉营销落地执行过程中协调能力；</p> <p>2.5 具有跨领域的统筹、整合能力。</p> <p>(三) 素养</p> <p>3.1 建立自主学习、创新精神以及符合社会主义核心价值观的精神。</p> <p>3.2 树立“互联网+”的融合发展思维。</p> <p>3.3 构建以人为本的价值观，注重为用户提供个性化商业智能服务的实践。</p> <p><b>【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。</b></p> |  |  |
| <p style="text-align: center;"><b>D</b></p> <p style="text-align: center;"><b>课程目标与毕业要求的对应关系</b></p> | <p style="text-align: center;">毕业要求</p>   | <p style="text-align: center;">毕业要求指标点</p>                       | <p style="text-align: center;">课程目标</p>    |
|  | <p style="text-align: center;">专业知能</p>   | <p>A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。</p>     | <p style="text-align: center;">课程目标1</p>   |
|  | <p style="text-align: center;">实务技能</p>   | <p>B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。</p>           | <p style="text-align: center;">课程目标2、3</p> |
|  | <p style="text-align: center;">应用创新</p>   | <p>C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。</p>                                      | <p style="text-align: center;">课程目标3</p>   |
|  | <p style="text-align: center;">协作整合</p>   | <p>D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。</p>                             | <p style="text-align: center;">课程目标2</p>   |
|  | <p style="text-align: center;">社会责任</p>   | <p>E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。</p> | <p style="text-align: center;">课程目标3</p>   |

|           | 章节内容   |                 |               | 学时分配                     |     |             |
|-----------|--|-----------------|---------------|--------------------------|-----|-------------|
|           |  |                 |               | 理论                       | 实践  | 合计          |
| E<br>教学内容 | 第一章 认识视觉营销（含导学）  |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第二章 视觉营销信息的传达  |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第三章 品牌视觉的塑造  |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第四章 商品主图视觉营销   |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第五章 店铺首页视觉营销   |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第六章 商品详情页视觉营销  |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第七章 广告与活动视觉营销  |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第八章 电商主图视频和直播视觉营销  |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第九章 商品图片的处理  |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第十章 促销图的视觉营销设计   |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第十一章 店铺首页视觉营销设计  |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 第十二章 详情页视觉营销设计   |                 |               | 2                        | 2   | 4           |
|           | 合 计  |                 |               | 24                       | 24  | 48          |
| F<br>教学方式 | <input checked="" type="checkbox"/> 课堂讲授 <input type="checkbox"/> 讨论座谈 <input type="checkbox"/> 问题导向学习 <input checked="" type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input type="checkbox"/> 实作学习 <input type="checkbox"/> 探究式学习 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input type="checkbox"/> 其他_____ |                 |               |                          |     |             |
| G<br>教学安排 | 授课<br>次别   | 教学内容            | 支撑课程<br>目标    | 课程思政融入<br>(根据实际情况至少填写3次) |     | 教学方式<br>与手段 |
|           |  | 第一章 认识视觉营销（含导学） | 1.1, 1.2      | 社会主义市场<br>经济             | 3.1 | 面授          |
|           |  | 第二章 视觉营销信息的传达   | 1.1, 1.2      |                          |     | 面授          |
|           |  | 第三章 品牌视觉的塑造     | 2.4           |                          |     | 面授          |
|           |  | 第四章 商品主图视觉营销    | 2.1, 2.2, 2.3 |                          |     | 面授          |
|           |  | 第五章 店铺首页视觉营销    | 2.1, 2.2, 2.3 | 社会主义核心<br>价值观            | 3.1 | 面授          |
|           |  | 第六章 商品详情页视觉营销   | 2.1, 2.2, 2.3 | 社会主义市场<br>经济与核心价         | 3.1 | 面授          |

|                    |  |                   |  |                            |             |    |
|--------------------|--|-------------------|--|----------------------------|-------------|----|
|                    |  |                   |  | 值观                         |             |    |
|                    |  | 第七章 广告与活动视觉营销     | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 2. 4, 2. 5, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义市<br>场经济与核<br>心价<br>值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |  | 第八章 电商主图视频和直播视觉营销 | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 2. 4, 2. 5, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义市<br>场经济与核<br>心价<br>值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |  | 第九章 商品图片的处理       | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 2. 4, 2. 5, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义市<br>场经济与核<br>心价<br>值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |  | 第十章 促销图的视觉营销设计    | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 2. 4, 2. 5, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义市<br>场经济与核<br>心价<br>值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |  | 第十一章 店铺首页视觉营销设计   | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 2. 4, 2. 5, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义市<br>场经济与核<br>心价<br>值观 | 3. 1        | 面授 |
|                    |  | 第十二章 详情页视觉营销设计    | 2. 1, 2. 2, 2. 3, 2. 4, 2. 5, 3. 1, 3. 2, 3. 3 | 社会主义市<br>场经济与核<br>心价<br>值观 | 3. 1        | 面授 |
| H<br><br>评价方式      | 评价项目及配分  |                   | 评价项目说明   |                            | 支撑课程目标      |    |
|                    | 平时（30%）  |                   | 课堂表现、平时作业                                      |                            | （一）、（二）、（三） |    |
|                    | 期末（70%）  |                   | 期末成绩   |                            | （一）、（二）、（三） |    |
|                    |  |                   |  |                            |             |    |
| I<br><br>建议教材及学习资料 | 1. 方玲、毛利，《电商视觉营销》，人民邮电出版社<br>2. 侯德林、冯灿钧，《视觉营销 从入门到精通》，人民邮电出版社<br>3. 张翔、徐赛华，《视觉营销》，电子工业出版社出版社 |                   |  |                            |             |    |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>J</b></p> <p><b>教学条件需求</b></p>  | <p>多媒体教室，可以使用网络的教室</p>  |
| <p><b>K</b></p> <p><b>注意事项</b></p>  |   |
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p> |   |
| <p><b>审批意见</b></p>  | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p></p> <p>2023年2月10日</p>  |
|   | <p>专家组审定意见：</p> <p></p> <p>专家组成员签名：</p> <p>2023年2月11日</p> |
|   | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <div data-bbox="1189 235 1348 324"></div> <div data-bbox="853 318 1161 360">教学工作指导小组组长：</div> <div data-bbox="1150 400 1353 445">2023年2月11日</div> |
|--|--|





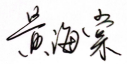
## 新媒体营销教学大纲

|              |  |     |    |        |        |
|--------------|--|-----|----|--------|--------|
| 课程名称         | 新媒体营销  |     |    | 课程代码   | 034637 |
| 课程类型         | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input checked="" type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他   |     |    | 授课教师   | 李明骞    |
| 修读方式         | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学 分    | 3      |
| 开课学期         | 6  | 总学时 | 48 | 其中实践学时 | 16     |
| 混合式课程网址      | <a href="https://www.icourse163.org/course/GDIT-1206311831">https://www.icourse163.org/course/GDIT-1206311831</a>  |     |    |        |        |
| A<br>先修及后续课程 | 先修课程：市场营销、消费者行为学、视觉营销等相关课程<br>后续课程：营销策划、新媒体运营项目实践、实务专题等课程  |     |    |        |        |
| B<br>课程描述    | <p>《新媒体营销》课程是在大商科环境下，各商科专业的必修核心技能课程。该课程主要培养会策划新媒体营销方案，会综合运用各种新媒体平台开展新媒体营销活动。本课程所对应的岗位有：新媒体营销专员、新媒体营销运营专员、新媒体营销策划经理。本课程主要让学生掌握利用新媒体平台进行营销的基本方法和技巧。以微博、微信、抖音等新媒体平台为基础，借助图片、视频编辑、直播软件的运用，能够熟练撰写新媒体营销文案、拍摄短视频、开展直播运营。整个教学过程以理论讲授并结合实践活动，教师提供新媒体营销项目背景、素材和基本要求，学生根据提供的基本资料基础之上发挥创意，开展新媒体营销。</p> |     |    |        |        |
| C<br>课程目标    | （一）知识：<br>1. 掌握新媒体营销的基本理论、原则、方法；（A1）<br>（二）能力：<br>2. 具有新媒体平台定位、内容定位能力、用户定位能力，具备职场所需的新媒体平台营销的方法、能力；（B1）<br>（三）应用创新<br>3. 具备文案写作、视频拍摄、直播等内容营销能力；（C1）<br>4. 具有文案创意、视频创意、直播等创新能力；（C2）<br>（四）协作整合<br>5. 具有小组沟通、协作能力（D1）<br>6. 具有跨界整合传播的能力（D2）<br>（五）社会责任<br>7. 具备职业素养，传播正能量                     |     |    |        |        |

|                             |               |   |         |    |    |
|-----------------------------|---------------|---|---------|----|----|
| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求          | 毕业要求指标点   | 课程目标    |    |    |
|                             | 专业知能          | A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。     | 课程目标1   |    |    |
|                             | 实务技能          | B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。           | 课程目标2   |    |    |
|                             | 应用创新          | C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。                                      | 课程目标3、4 |    |    |
|                             | 协作整合          | D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。                             | 课程目标5、6 |    |    |
|                             | 社会责任          | E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。 | 课程目标7   |    |    |
| E<br>教学内容                   | 章节内容          |   | 学时分配    |    |    |
|                             |               |   | 理论      | 实践 | 合计 |
|                             | 第一章 新媒体营销概述   |   | 6       |    | 6  |
|                             | 第二章 新媒体营销理论   |   | 4       |    | 4  |
|                             | 第三章 新媒体营销定位   |   | 2       | 2  | 4  |
|                             | 第四章 新媒体营销策划   |   | 2       |    | 2  |
|                             | 第五章 新媒体营销文案   |   | 2       |    | 2  |
|                             | 第六章 新媒体图文内容设计 |   | 4       | 2  | 6  |
|                             | 第七章 新媒体视频内容设计 |   | 8       | 12 | 20 |
|                             | 第八章 新媒体营销数据分析 |   | 2       |    | 2  |
|                             | 复习            |   | 2       |    | 2  |
|                             | 合 计           |   | 32      | 16 | 48 |

|                         |   |                                 |            |                                 |                 |             |
|-------------------------|---|---------------------------------|------------|---------------------------------|-----------------|-------------|
| <b>F</b><br><b>教学方式</b> | <input checked="" type="checkbox"/> 课堂讲授 <input checked="" type="checkbox"/> 讨论座谈 <input type="checkbox"/> 问题导向学习 <input checked="" type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input checked="" type="checkbox"/> 实作学习 <input type="checkbox"/> 探究式学习 <input checked="" type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input type="checkbox"/> 其他_____ |                                 |            |                                 |                 |             |
| <b>G</b><br><b>教学安排</b> | 授课<br>次别  | 教学内容                            | 支撑课程<br>目标 | 课程思政融入<br><b>(根据实际情况至少填写3次)</b> |                 | 教学方式<br>与手段 |
|                         |   |                                 |            | 思政元素                            | 思政目标            |             |
|                         | 1   | 新媒体营销概述<br>新媒体的产生发展             | 1          |                                 |                 |             |
|                         | 2   | 新媒体营销概述<br>概念、特征、现状             | 1          |                                 |                 |             |
|                         | 3   | 新媒体营销概述<br>新媒体职业发展              | 1、7        | 新媒体从业人<br>员职业道德                 | 培育社会主义<br>核心价值观 |             |
|                         | 4   | 新媒体营销理论<br>4I、思维框架（重点）          | 1          |                                 |                 |             |
|                         | 5   | 新媒体营销理论<br>传播模式、消费者购买<br>行为（重点） | 1          |                                 |                 | 面授          |
|                         | 6   | 新媒体定位<br>账号定位、用户定位<br>（重点）      | 2、3、7      |                                 |                 |             |
|                         | 7   | 新媒体定位<br>内容定位、平台定位              | 2、3        |                                 |                 |             |
|                         | 8   | 新媒体策划<br>创意策划（重点）               | 2、3、4、7    |                                 |                 |             |
|                         | 9   | 新媒体文案创作<br>创作工具、方法              | 2、3、4      |                                 |                 |             |
|                         | 10  | 新媒体图文设计<br>图文编辑工具               | 2、3        |                                 |                 |             |
|                         | 11  | 微信公众号营销                         | 2、3        |                                 |                 |             |
|                         | 12  | 微博营销                            | 2、3        | 法治意识                            | 培育法治意识<br>与职业道德 | 面授          |

|           |         |                         |                 |      |                 |     |
|-----------|---------|-------------------------|-----------------|------|-----------------|-----|
|           | 13      | 新媒体视频内容设计<br>拍摄方法       | 2、3             | 职业道德 | 培育法治意识<br>与职业道德 | 面授  |
|           | 14      | 新媒体视频内容设计<br>剪辑工具       | 2、3             |      |                 |     |
|           | 15      | 新媒体短视频营销<br>抖音吸引力法则（重点） | 1、2             |      |                 |     |
|           | 16      | 新媒体短视频创作                | 2、3、4、<br>5     |      |                 |     |
|           | 17      | 直播带货<br>直播流程（重点）        | 2、3、7           |      |                 |     |
|           | 18-20   | 直播带货（重点）<br>直播话术写作与表达   | 2、3、7           |      |                 |     |
|           | 21      | 直播模拟                    | 2、3、4、<br>5、6、7 |      |                 |     |
|           | 22      | 直播复盘与优化（重点）             | 2、3、4、<br>5、6   |      |                 |     |
|           | 23      | 新媒体数据分析                 | 2、3、            |      |                 |     |
|           | 24      | 复习                      |                 |      |                 |     |
| H<br>评价方式 | 评价项目及配分 |                         | 评价项目说明          |      | 支撑课程目标          |     |
|           | 平时（30%） |                         | 课堂表现、平时作业       |      |                 | 1-7 |
|           | 期末（70%） |                         | 纸笔考试            |      |                 | 1-7 |
|           |         |                         |                 |      |                 |     |

|   |   |
|---|---|
| <b>I</b><br><b>建议教材</b><br><b>及学习资料</b>   | 《新媒体营销》林海 高等教育出版社<br>《新媒体营销实务》 中国人民大学出版社 肖凭 主编<br>相关数据分析平台：阿里指数、百度指数、微热点等   |
| <b>J</b><br><b>教学条件</b><br><b>需求</b>  | 多媒体教室，机房  |
| <b>K</b><br><b>注意事项</b>   |   |
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p> |   |
| <b>审批意见</b>   | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p>  <p style="text-align: right;">2023年2月10日</p>  |
|   | <p>专家组审定意见：</p>  <p style="text-align: right;">专家组成员签名： </p> <p style="text-align: right;">2023年2月11日</p> |
|   | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <div data-bbox="1173 235 1316 324"></div> <div data-bbox="837 313 1133 358">教学工作指导小组组长：</div> <div data-bbox="1157 392 1348 436">2023年2月12日</div> |
|--|--|

## 财务管理教学大纲

|                           |  |     |    |        |        |
|---------------------------|--|-----|----|--------|--------|
| 课程名称                      | 财务管理   |     |    | 课程代码   | 024475 |
| 课程类型                      | <input type="checkbox"/> 通识课 <input checked="" type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他   |     |    | 授课教师   | 程德通    |
| 修读方式                      | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学 分    | 3      |
| 开课学期                      | 2022-2023学<br>年第二学期  | 总学时 | 48 | 其中实践学时 | 0      |
| 混合式<br>课程网址               |  |     |    |        |        |
| <b>A<br/>先修及后续<br/>课程</b> | 先修课程：微积分、概率论与数理统计、统计学、会计学、管理学、微观经济学等；<br>后续课程：企业战略管理、营销策划  |     |    |        |        |
| <b>B<br/>课程描述</b>         | <p>《财务管理》是市场营销专业的必修的一门主要专业课，该课程是以股份有限公司为主要理财主体，以工商企业为主要立足行业，以财务目标为价值导向，以财务战略为整体规划，以筹资、投资、经营和分配等财务活动活动为横线，以预测、决策、预算、控制、分析等管理环节为纵线，构成纵横连贯的矩阵式的系统体系。财务管理学是对企业财务收支进行规划和控制的一门科学，是财务人员和管理人员进行财务决策的理论基础和依据。开设本课程，旨在使学生能够比较全面地了解、掌握初级财务管理的基本理论、基本方法和主要业务技能，增强学生的财务认知悟性、财务分析能力、财务决策素质和财务创新能力，为后续课程的学习及工作实践打下良好的基础</p> |     |    |        |        |

|                     |   |  |         |
|---------------------|---|--|---------|
| C<br>课程目标           | <p>（一）知识目标</p> <p>1、掌握财务管理的资金的时间价值和风险价值等基本观念，掌握财务管理的理论结构框架的基本内容，包括以价值最大化的财务目标为逻辑起点，融资、投资、营运资金管理、利润分配等内容。</p> <p>2、对财务管理的预测、决策、预算、控制和评价等财务管理各环节的工作有所认识。</p> <p>（二）能力目标</p> <p>3、能够将财务管理的重要理念运用于日常生活中，然后用财务管理的理念思考问题，合理决策。</p> <p>4、能够运用所学的财务管理知识制定或者参与企业的筹资、投资、营运、分配等活动，提出专业化的建议。</p> <p>（三）素质目标</p> <p>5、培养职业道德、职业思想(意识)、职业行为习惯、职业技能，包括诚实守信的品格、爱岗敬业的精神、良好的心理素质和抗压能力，以及掌握必要的职业技能。</p> <p>6、积累个人理财知识，树立理性消费观。</p> |  |         |
|                     | 毕业要求  | 毕业要求指标点  | 课程目标    |
|                     | 1、专业知能  | 掌握比较系统的营销管理专业知识和能力   | 课程目标1   |
|                     | 1、专业知能  | 掌握比较系统的营销管理专业知识和能力   | 课程目标2   |
|                     | 2、学习能力<br>4、解决问题能力<br>5、创新创业能力  | 2、1具备持续跟踪学习营销新理论、新技术的终身学习能力、具备职场持续发展的能力。<br>4、1能根据市场数据分析进行市场预测、营销策划、运营管理，解决营销问题的能力。<br>5、1具备较强的市场营销创新或创业能力 | 课程目标3   |
|                     | 3、数据分析能力<br>4、解决问题能力  | 具备职场所需的商务数据分析能力。   | 课程目标4   |
| D<br>课程目标与毕业要求的对应关系 | 6、沟通协作能力<br>7、资源整合能力<br>8、社会责任感   | 6、1具有良好的商务沟通、团队协作能力。<br>7、1具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合资源能力。<br>8、1具备良好人文精神和职业素养，富有社会责任感                        | 课程目标5、6 |



|               |  |                 |            |                                    |                       |             |
|---------------|--|-----------------|------------|------------------------------------|-----------------------|-------------|
|               |  |                 |            |                                    |                       |             |
| E<br><br>教学内容 | 章节内容   |                 | 学时分配       |                                    |                       |             |
|               |  |                 | 理论         | 实践                                 | 合计                    |             |
|               | 第一章 总论   |                 | 4          |                                    | 4                     |             |
|               | 第二章 财务管理的价值观念  |                 | 7          |                                    | 7                     |             |
|               | 第三章 财务分析   |                 | 4          |                                    | 4                     |             |
|               | 第四章 长期筹资方式   |                 | 3          |                                    | 3                     |             |
|               | 第五章 资本结构决策   |                 | 6          |                                    | 6                     |             |
|               | 第六章 投资决策原理   |                 | 6          |                                    | 6                     |             |
|               | 第七章 短期资产管理   |                 | 6          |                                    | 6                     |             |
|               | 第八章 短期筹资管理   |                 | 3          |                                    | 3                     |             |
|               | 第九章 股利理论与政策  |                 | 3          |                                    | 3                     |             |
|               | 第十章 并购与重组  |                 | 3          |                                    | 3                     |             |
|               | 复习   |                 | 3          |                                    | 3                     |             |
|               | 合 计  |                 | 48         |                                    | 48                    |             |
| F<br><br>教学方式 | <div><input checked="" type="checkbox"/>课堂讲授      <input type="checkbox"/>讨论座谈      <input checked="" type="checkbox"/>问题导向学习      <input checked="" type="checkbox"/>分组合作学习</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>专题学习      <input type="checkbox"/>实作学习      <input type="checkbox"/>探究式学习      <input type="checkbox"/>线上线下混合式学习</div> <div><input type="checkbox"/>其他_____</div> |                 |            |                                    |                       |             |
| G<br><br>教学安排 | 授课<br>次别   | 教学内容            | 支撑课程<br>目标 | 课程思政融入<br><b>(根据实际情况至少填写3次)</b>    |                       | 教学方式<br>与手段 |
|               |  |                 |            | 思政元素                               | 思政目标                  |             |
|               | 1  | 学好专业知识,做好职业生涯规划 | 课程目标5      | 培养专业认同感                            | 培养学生热爱本专业,勤奋学习,做好职业规划 | 讲授          |
| 2             | 远离不良“校园贷”,树立理性消费观  | 课程目标6           | 树立理性消费观    | 防范不良“校园贷”的危害;树立诚信意识(信用贷款);树立理性消费观。 | 小组PPT汇报               |             |

|                |   |              |  |        |                                    |         |
|----------------|---|--------------|--|--------|------------------------------------|---------|
|                | 3   | “隋田力骗局”引发的思考 | 课程目标7  | 培养职业素养 | 培养学生具备良好的职业素养，做遵章守法、有良知的管理人员和财务人员。 | 小组PPT汇报 |
| H<br>评价方式      | 评价项目及配分   |              | 评价项目说明   |        | 支撑课程目标                             |         |
|                | 平时成绩（20%）   |              | 1、个人提交课程作业；2、出勤及课堂表现：缺勤扣1分/次，迟到早退扣0.5/次；讨论课、日常课堂发言，每次酌予加0.5-1分。最高分不超过平时成绩的总分20分。 |        | 课程目标1、2、3、4、5、6、7                  |         |
|                | 期中考试（10%）   |              | 将2次的小组PPT汇报平均成绩作为期中考试成绩。   |        | 课程目标1、2、3、4                        |         |
|                | 期末（70%）   |              | 期末纸笔考试，题型应包括单项选择题、多项选择题、判断题、计算题等。  |        | 课程目标1、2、3、4                        |         |
| I<br>建议教材及学习资料 | 1、建议教材：《财务管理学》主编：荆新、王化成、刘俊彦等 中国人民大学出版社(第8版)<br>2、参考书籍：<br>（1）中级会计职称资格考试用书《财务管理》，会计专业技术资格考试教材编委会<br>（2）《财务管理学习题与案例》上官敬芝主编，高等教育出版社<br>（3）《财务管理习题与案例》，秦志敏，牛彦秀主编，东北财大出版社<br>（4）《工程经济》李建峰，刘立国主编，中国电力出版社<br>（5）《资本运营》，赵炳贤著<br>（6）《工业技术经济学》，傅家骥,仝允恒著,清华大学出版社 |              |  |        |                                    |         |
| J<br>教学条件需求    | 多媒体教室、中国知网、图书馆专业相关书籍、财经网站、证券交易软件等   |              |  |        |                                    |         |
| K<br>注意事项      |   |              |  |        |                                    |         |

|   |  |
|---|--|
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p> |  |
| 审批意见  | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p>程德通 舒均治 金明菊</p> <p>2023年2月10日</p>            |
|   | <p>专家组审定意见：</p> <p>同意</p> <p>专家组成员签名： 黄海蒙</p> <p>2023年2月11日</p>        |
|   | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p>罗新华</p> <p>教学工作指导小组组长：</p> <p>2023年2月12日</p> |

## 组织行为学教学大纲

|                  |  |     |    |        |        |
|------------------|--|-----|----|--------|--------|
| 课程名称             | 组织行为学  |     |    | 课程代码   | 034591 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input checked="" type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他   |     |    | 授课教师   | 雷艳杰    |
| 修读方式             | <input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学 分    | 2      |
| 开课学期             | 1  | 总学时 | 32 | 其中实践学时 | 0      |
| 混合式<br>课程网址      | 无  |     |    |        |        |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 先修课程：管理学<br>后续课程：人力资源管理、消费者行为学   |     |    |        |        |
| B<br>课程描述        | 本课程是结合管理学、心理学等学科领域形成的一门专业课程，它采用观察、实验、调查等方法，并运用心理学、社会学、领导学、管理学等多学科知识，研究了组织情境下人的心理和行为规律，有助于各级管理者对人的行为进行正确地预测、引导和控制，从而实现组织预定的目标。过本课程的学习，学生可系统掌握组织行为学的基本思想、基本观点和基本知识；能够在实际的管理中，运用组织行为学的原理和理论，指导实践工作；具备初步运用组织行为学进行管理工作的能力。  |     |    |        |        |
| C<br>课程目标        | 1. 掌握组织行为学的基本概念，研究内容和基本范式。<br>2. 产生对组织行为学的学习兴趣。<br>3. 掌握个体心理与行为分析的基本方法理论，并能初步分析应用。<br>4. 掌握激励理论，并能初步分析应用。<br>5. 掌握群体管理与团队建设的基本理论方法，并能初步分析应用。<br>6. 掌握领导与沟通的基本理论，并在领导与沟通方面有初步提升。<br>7. 掌握组织建设的基本理论方法，并具备初步的分析应用能力。<br>8. 提升沟通、协作的意识和能力。<br>9. 培养学生理性地看待“人性”，引导学生用发展的眼光看待世界的变迁 |     |    |        |        |

|                             |                                 |   |      |                                   |    |
|-----------------------------|---------------------------------|---|------|-----------------------------------|----|
|                             | 10. 培养学生的责任意识、担当意识、公平意识、竞争合作意识。 |   |      |                                   |    |
| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求                            | 毕业要求指标点   |      | 课程目标                              |    |
|                             | A专业知能                           | 掌握系统扎实的课程基础知识、专业知识和专业技能；了解本课程及相关学科的历史、现状和前沿动态。掌握本专业所需的管理学、经济学等学科基础知识。能独立获取本专业有关的专业知识。 |      | 课程目标<br>1. 2. 3. 4. 5. 6.<br>7. 8 |    |
|                             | B实务技能                           | 在专业领域范围内，具备较好的发现问题、分析问题和解决问题的能力。具备将所学知识融会贯通，灵活应用于各类实践的能力。                             |      | 课程目标1、2、<br>3、4、5、6               |    |
|                             | D协作整合                           | 具有良好的商务沟通、团队协作能力。   |      | 课程目标8                             |    |
|                             | E社会责任                           | 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。                                |      | 课程目标9. 10                         |    |
| E教学内容                       | 章节内容                            |   | 学时分配 |                                   |    |
|                             |                                 |   | 理论   | 实践                                | 合计 |
|                             | 绪论                              |   | 2    |                                   | 2  |
|                             | 第一章 个体心理与行为                     |   | 4    |                                   | 6  |
|                             | 第二章 动机与激励                       |   | 4    |                                   | 10 |
|                             | 案例讨论                            |   | 2    |                                   | 12 |
|                             | 第三章 群体心理与行为                     |   | 4    |                                   | 16 |
|                             | 第四章 团队                          |   | 2    |                                   | 18 |

|                   |              |   |                 |                                 |  |             |
|-------------------|--------------|---|-----------------|---------------------------------|--|-------------|
|                   | 团队训练游戏       |   |                 | 2                               |  | 20          |
|                   | 第五章 领导       |   |                 | 2                               |  | 22          |
|                   | 第六章 沟通       |   |                 | 2                               |  | 24          |
|                   | 第七章 组织文化     |   |                 | 2                               |  | 26          |
|                   | 第八章 组织学习与创新  |   |                 | 2                               |  | 28          |
|                   | 第九章 个人与组织的关系 |   |                 | 2                               |  | 30          |
|                   | 期末复习         |   |                 | 2                               |  | 32          |
|                   | 合计           |   |                 | 32                              |  | 32          |
| <b>F<br/>教学方式</b> |              | <input checked="" type="checkbox"/> 课堂讲授 <input checked="" type="checkbox"/> 讨论或座谈 <input type="checkbox"/> 问题导向学习 <input type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input checked="" type="checkbox"/> 实作学习 <input type="checkbox"/> 探究式学习 <input checked="" type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>(活动)</u> |                 |                                 |  |             |
| <b>G<br/>教学安排</b> | 授课<br>次别     | 教学内容  | 支撑课程<br>目标      | 课程思政融入<br>(根据实际情况至少填写3次)        |  | 教学方式<br>与手段 |
|                   |              |   |                 | 思政元素                            | 思政目标                                       |             |
|                   | 1            | 绪论  | 课程目标<br>1、2     | 学习的目的是<br>更好的为社会<br>服务和成就自<br>己 | 树立正确的人<br>生观、价值观                           | 课堂讲授        |
|                   | 2            | 第一章 个体心理<br>与行为   | 课程目标3           | 社会主义核心<br>价值观                   | 理解社会主义<br>核心价值观并<br>融入学习生活                 | 课堂讲授        |
|                   | 3            | 第二章 动机与激<br>励   | 课程目标4           | 中国共产党的<br>激励之道                  | 学生了解共产<br>党革命时期激<br>励的方法并建<br>立崇高的理想<br>追求 | 课堂讲授        |
|                   | 4            | 案例讨论  | 课程目标1、<br>2、3、4 |                                 |  | 课堂讲授        |

|           |             |              |                          |            |                          |             |
|-----------|-------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|-------------|
|           | 5           | 第三章 群体心理与行为  | 课程目标5                    |            |                          | 课堂讲授        |
|           | 6           | 第四章 团队       | 课程目标5                    |            |                          | 课堂讲授        |
|           | 7           | 团队训练游戏       | 课程目标5、7.9.10             |            |                          | 课堂讲授        |
|           | 8           | 第五章 领导       | 课程目标6                    |            |                          | 课堂讲授        |
|           |             | 第六章 沟通       | 课程目标6                    |            |                          | 课堂讲授        |
|           |             | 第七章 组织文化     | 课程目标7                    | 中国共产党的精神谱系 | 学生了解中国共产党的建党文化并获得文化建设的启示 | 课堂讲授        |
|           |             | 第八章 组织学习与创新  | 课程目标7                    |            |                          | 课堂讲授        |
|           |             | 第九章 个人与组织的关系 | 课程目标10                   |            |                          | 课堂讲授        |
|           |             | 案例讨论         | 课程目标5、6、7、8              |            |                          | 讨论          |
| H<br>评价方式 | 评价项目及配分     |              | 评价项目说明                   |            |                          | 支撑课程目标      |
|           | 考勤（10%，10分） |              | 基准分10分，旷课一次扣2分，迟到早退一次扣1分 |            |                          | 课程目标8       |
|           | 作业与笔记（20分）  |              | 平时作业和笔记记录情况              |            |                          | 课程目标3、4、5、6 |

|   |   |                                       |               |
|---|---|---------------------------------------|---------------|
|   | 课堂表现（10分）   | 基准分5分，主动回答问题给予0-2分不等，睡觉、吵闹、玩手机扣1-2分不等 | 课程目标8         |
|   | 活动（10分）   | 根据小组讨论和活动表现评分                         | 课程目标1、2、7、8   |
|   | 期末成绩（50%）   | 闭卷考试                                  | 课程目标2、3、4、5、6 |
| I<br>建议教材及学习资料  | 孙健敏，张德.《组织行为学》，高等教育出版社2019年8月   |                                       |               |
| J<br>教学条件需求   | 多媒体教室   |                                       |               |
| K<br>注意事项   | 无   |                                       |               |
| <div>备注：</div> <div>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</div> <div>2. 评价方式可参考下列方式：</div> <div>(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</div> <div>(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</div> <div>(3)档案评价：书面报告、专题档案</div> <div>(4)口语评价：口头报告、口试</div> |   |                                       |               |
| 审批意见  | <div>课程教学大纲起草团队成员签名：</div> <div><div>雷 丰色 杰</div><div>陈佳君 舒均治</div></div> |                                       |               |
| 2023年2月10日  |   |                                       |               |



|  |  |
|--|--|
|  | <p>专家组审定意见：</p> <p><u>同意</u></p> <p>专家组成员签名： 黄海家</p> <p>2023年2月11日</p> |
|  | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p>罗新华</p> <p>教学工作指导小组组长：</p> <p>2023年2月12日</p> |

# 公司治理教学大纲

|                         |   |     |    |        |        |
|-------------------------|---|-----|----|--------|--------|
| 课程名称                    | 公司治理  |     |    | 课程代码   | 034636 |
| 课程类型                    | <input type="checkbox"/> 通识课 <input checked="" type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他  |     |    | 授课教师   | 官长春    |
| 修读方式                    | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修  |     |    | 学 分    | 2      |
| 开课学期                    | 1   | 总学时 | 32 | 其中实践学时 | 4      |
| 混合式<br>课程网址             | 无   |     |    |        |        |
| <b>A</b><br>先修及后续<br>课程 | 先修课程：管理学、人力资源管理、财务管理等<br>后续课程：组织行为学、并购管理等   |     |    |        |        |
| <b>B</b><br>课程描述        | 公司治理本质上是一种制度安排，是一种界定权责利的机制，受到法律、历史和文化的深刻影响。运用多媒体影音资料、参观讨论、演讲、辩论、拓展训练等丰富的教学手段（过程），通过系统性学习（过程），使学生了解公司治理的基本概念和基本原理；掌握股东（大）会、董事会、监事会以及经理人等公司重要主体的运行机制与治理能力，学会分析与解决公司治理实践中的常见问题（预期目标）。  |     |    |        |        |
| <b>C</b><br>课程目标        | <p><b>（一）知识</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握公司、公司治理、股东、股东（大）会、董事、董事会、监事、监事会、利益相关者理论、公司治理模式以及网络组织治理等基本概念。（A1）</li> <li>2. 了解公司治理的起源与演进。（A1）</li> <li>3. 熟悉公司治理的社会背景与理论基础。（A1）</li> <li>4. 掌握不同公司治理模式的优劣势及适应情境。（A2）</li> </ol> <p><b>（二）能力</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. 掌握股东大会的运行机制与治理能力建设。（B1）</li> <li>6. 重点掌握董事会的运行机制与治理能力建设。（B1）</li> <li>7. 掌握监事会的运行机制与治理能力建设。（B1）</li> <li>8. 熟练掌握经理人的激励与约束。（B1）</li> <li>9. 掌握信息披露、外部监督与公司治理。（D1）</li> <li>10. 掌握机构投资者参与公司治理的机理。（B2）</li> <li>11. 重点掌握利益相关者治理能力建设。（D1D2）</li> <li>12. 掌握新型组织治理模式。（C1）</li> </ol> <p><b>（三）素养</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>13. 公司治理应推动企业绿色低碳可持续发展。（E1）</li> <li>14. 大力弘扬企业家精神。（E2）</li> <li>15. 公司治理过程中应严格遵纪守法。（E2）</li> </ol> |     |    |        |        |

|                             |                    |         |                |    |    |
|-----------------------------|--------------------|---------|----------------|----|----|
| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求               | 毕业要求指标点 | 课程目标           |    |    |
|                             | 专业知能               | A1、A2   | 课程目标1、2、3、4    |    |    |
|                             | 实务技能               | B1、B2   | 课程目标5、6、7、8、11 |    |    |
|                             | 应用创新               | C1      | 课程目标12         |    |    |
|                             | 协作整合               | D1D2    | 课程目标11         |    |    |
|                             | 社会责任               | E1E2    | 课程目标13、14、15   |    |    |
| E<br>教学内容                   | 章节内容               |         | 学时分配           |    |    |
|                             |                    |         | 理论             | 实践 | 合计 |
|                             | 课程导论               |         | 2              | 0  | 2  |
|                             | 第一章 公司治理的起源与演进     |         | 2              | 0  | 2  |
|                             | 第二章 公司治理的理论基础      |         | 2              | 0  | 2  |
|                             | 第三章 利益相关者治理        |         | 2              | 0  | 2  |
|                             | 第四章 股东大会           |         | 2              | 2  | 4  |
|                             | 第五章 董事会            |         | 2              | 2  | 4  |
|                             | 第六章 监事会            |         | 4              | 0  | 3  |
|                             | 第七章 经理人的激励与约束      |         | 4              | 0  | 2  |
|                             | 第八章 信息披露、外部监督与公司治理 |         | 2              | 0  | 2  |
|                             | 第九章 机构投资者的治理       |         | 2              | 0  | 2  |
|                             | 第十章 公司治理模式的比较      |         | 2              | 0  | 2  |
|                             | 第十一章 新型组治理模式       |         | 2              | 0  | 2  |
|                             | 合 计                |         | 32             | 4  | 28 |

|                           |   |   |                 |                                 |   |                    |
|---------------------------|---|---|-----------------|---------------------------------|---|--------------------|
| <b>F</b><br><b>教学方式</b>   | <input checked="" type="checkbox"/> 课堂讲授 <input checked="" type="checkbox"/> 讨论座谈 <input checked="" type="checkbox"/> 问题导向学习 <input checked="" type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input checked="" type="checkbox"/> 实作学习 <input type="checkbox"/> 探究式学习 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input type="checkbox"/> 其他_____ |   |                 |                                 |   |                    |
| <b>11G</b><br><b>教学安排</b> | 授课<br>次别  | 教学内容  | 支撑课程<br>目标      | 课程思政融入<br><b>(根据实际情况至少填写3次)</b> |   | 教学方式<br>与手段        |
|                           | 1   | 课程导论  | 1、3、6、<br>11、14 | 为资本设置<br>“红绿灯”                  | 董事会的投资<br>决策应遵循“红<br>绿灯”原则，不<br>能无序扩张，野<br>蛮生长                | 课堂讲授<br>问题导向学<br>习 |
|                           | 2   | 第一章 公司治<br>理的起源与演进<br>包括公司治理的<br>发展历程、主要内<br>容、研究主题、前<br>沿研究                        | 1、2             |                                 |   | 课堂讲授               |
|                           | 3   | 第二章 公司治<br>理的理论基础<br>包括公司的含义、<br>公司治理的经济<br>学基础、社会学基<br>础与前沿研究                      | 1、3             | “只有时代的公<br>司，没有公司的<br>时代”       | 党的十八大以来，我国经济持<br>续健康发展，为<br>各类所有制企<br>业的发展壮大<br>提供了“时代前<br>提” | 课堂讲授               |
|                           | 4   | 第三章 利益相<br>关者治理<br>包括利益相关者<br>理论及其发展过<br>程、债权人与公<br>司治理、媒体监督与<br>公司治理、产品市<br>场与公司治理 | 1、11            |                                 |   | 课堂讲授<br>小组讨论       |

|  |    |   |        |                       |                                    |               |
|--|----|---|--------|-----------------------|------------------------------------|---------------|
|  | 6  | 第四章 股东大会<br>包括股东权利与义务、股东大会的地位、权力与类型、股东大会的运行机制     | 1、5、15 | 全面推进依法治国，加快建设社会主义法治国家 | 股东大会的决策及治理能力<br>建设应遵循《公司法》等法律法规的要求 | 课堂讲授          |
|  | 7  | 第四章 股东大会<br>(续)<br>包括股东治理问题、前沿研究                  | 5、13   |                       |                                    | 课堂讲授<br>案例研讨  |
|  | 8  | 第五章 董事会<br>包括董事选聘与权利、董事会的职能与规模、董事会的结构             | 1、6    |                       |                                    | 课堂讲授          |
|  | 9  | 第五章 董事会<br>(续)<br>包括：董事会的运行机制、独立董事制度、董事会治理问题、前沿研究 | 6、14   |                       |                                    | 课堂讲授<br>小组讨论  |
|  | 10 | 第六章 监事会<br>监事会的性质、分类、定位与模式、监事会的结构与运行机制、我国的监事会制度   | 1、7    |                       |                                    | 课堂讲授          |
|  | 11 | 第六章 监事会<br>(续)<br>监事会治理问题、前沿研究                    | 7、15   |                       |                                    | 课堂讲授<br>启发式教学 |

|  |    |   |        |         |                                     |              |
|--|----|---|--------|---------|-------------------------------------|--------------|
|  | 12 | 第七章 经理人的激励与约束<br>包括经理人选聘及职权、经理人的权利及代理问题、经理人治理问题、前沿研究                | 1、8    |         |                                     | 课堂讲授<br>案例研讨 |
|  | 13 | 第8章 信息披露、外部监督与公司治理<br>包括信息披露与公司治理概述、信用中介机构与公司治理、政府监管与公司治理、舆论监督与公司治理 | 1、9    |         |                                     | 课堂讲授<br>小组讨论 |
|  | 14 | 第九章 机构投资者的治理<br>包括机构投资者的种类和特点、机构投资者参与公司治理的机理分析、我国的机构投资者             | 1、10   |         |                                     | 课堂讲授         |
|  | 15 | 第十章 公司治理模式比较<br>包括外部控制主导型、内部控制主导型与家族控制主导型等公司治理模式比较                  | 1、4、13 | 弘扬企业家精神 | 不管采用何种公司治理模式，在新时代，要以企业家精神推动企业持续健康发展 | 案例研讨         |
|  | 16 | 第十一章 新型组织治理模式<br>包括网络组织治理、企业集团治理、其他治理形式                             | 1、12   |         |                                     | 课堂讲授<br>小组研讨 |

|  | 评价项目及配分  | 评价项目说明         | 支撑课程目标                              |
|--|--|----------------|-------------------------------------|
| H<br><br>评价方式  | 平时成绩（30%）  | 出勤及课堂表现情况、课程作业 | 1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14、15 |
|  | 实践成绩（10%）  | 实践报告           | 5、6、7、8、9、10、11、12                  |
|  | 期末成绩（60%）  | 期末闭卷考试         | 1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14、15 |
| I<br><br>建议教材<br>及学习资料   | 1. 教材<br>赵晶 编著. 公司治理原理与案例[M]. 中国人民大学出版社，2021，第1版。<br>2. 参考书目<br>[1] 仲继银. 董事长：公司治理运作精要[M]. 企业管理出版社，2021.<br>[2] 戴维·拉克尔，布莱恩·泰安. 公司治理：组织视角（第2版）[M]. 中国人民大学出版社，2018.<br>[3] 马永斌. 公司治理之道：控制权争夺与股权激励（第二版）[M]. 清华大学出版社，2020.<br>[4] 绍兴全. 股权、控制权与公司治理：120个实务问题解析[M]. 北京大学出版社，2021. |                |                                     |
| J<br><br>教学条件<br>需求  | 1. 多媒体或智慧教室，活动桌椅；<br>2. 企业微信；<br>3. 满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。   |                |                                     |
| K<br><br>注意事项  | 无  |                |                                     |
| 备注：<br>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。<br>2. 评价方式可参考下列方式：<br>(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试<br>(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察<br>(3)档案评价：书面报告、专题档案<br>(4)口语评价：口头报告、口试 |  |                |                                     |

|      |  |
|------|--|
| 审批意见 | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p>官长春 舒均治 雷艳杰</p> <p>2023年2月10日</p>            |
|      | <p>专家组审定意见：</p> <p>同意</p> <p>专家组成员签名：黄海泉</p> <p>2023年2月11日</p>         |
|      | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p>罗新华</p> <p>教学工作指导小组组长：</p> <p>2023年2月12日</p> |



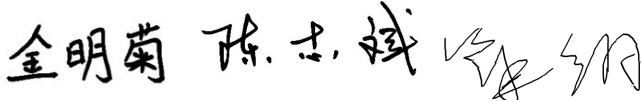

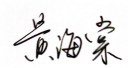
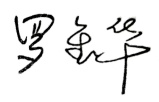
## 市场调查教学大纲

|                           |  |     |    |        |                |
|---------------------------|--|-----|----|--------|----------------|
| 课程名称                      | 市场调查   |     |    | 课程代码   | 25123301<br>18 |
| 课程类型                      | <input type="checkbox"/> 通识课 <input checked="" type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他 |     |    | 授课教师   | 金明菊            |
| 修读方式                      | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学 分    | 3              |
| 开课学期                      | 4  | 总学时 | 48 | 其中实践学时 | 16             |
| 混合式<br>课程网址               |  |     |    |        |                |
| <b>A<br/>先修及后续<br/>课程</b> | 先修课程：消费者行为学、统计学，具备一定的统计基础，以及了解消费心理和消费行为相关理论在营销中的应用。<br>后续课程：商圈调查   |     |    |        |                |
| <b>B<br/>课程描述</b>         | 市场调查是市场营销专业三门主干课（市场营销学、消费行为学）程之一。目的在于培养企业基层管理与营销岗位的市场调研专项技能与综合技能。  |     |    |        |                |

|                             |  |  |  |       |    |
|-----------------------------|--|--|--|-------|----|
| C<br>课程目标                   | <p>（一）知识</p> <p>1. 了解和掌握市场调查基本理论知识，以及市场调查活动整个流程与环节中的具体方法、技术与规程；了解市场调查数据的收集、整理、分析方法。</p> <p>（二）能力</p> <p>2. 掌握撰写市场调查报告以及进行调查过程所需的设计能力，包括调查方案设计、调查方法设计、问卷设计、抽样设计等。能使用SPSS或Excel等软件分析数据，培养学生运用统计方法分析和解决实际问题的能力；</p> <p>3. 培养学生运用统计方法分析和解决实际问题的能力；</p> <p>4. 团队协作的能力。</p> <p>（三）素养</p> <p>5. 重视市场调查理论知识与分析流程，培养与提高调查能力和数据分析的工匠精神，在潜移默化中培育社会主义核心价值观，提高综合职业素养，培养正确的职业道德观念。</p> |  |  |       |    |
| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求   | 毕业要求指标点  |  | 课程目标  |    |
|                             | 专业知能   | A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。<br>A2具备持续跟踪学习营销新理论、新技术的终身学习能力、具备职场持续发展的能力。 |  | 课程目标1 |    |
|                             | 实务技能   | B1具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。   |  | 课程目标2 |    |
|                             | 应用创新   | C1具有发掘、分析、应用理论解决数字营销、新媒体营销的能力。   |  | 课程目标3 |    |
|                             | 协作整合   | D2具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。   |  | 课程目标4 |    |
|                             | 社会责任   | E1具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。<br>E2具备绿色营销发展理念与实践。                     |  | 课程目标5 |    |
| E                           | 章节内容   |  |  | 学时分配  |    |
|                             |  |  |  | 理论    | 实践 |

|             |   |  |            |                                 |             |                |
|-------------|---|--|------------|---------------------------------|-------------|----------------|
| 教学内容        | 第一章 市场调查概述  |  | 4          | 0                               | 4           |                |
|             | 第二章 市场调查方案设计  |  | 5          | 0                               | 5           |                |
|             | 第三章 市场调查的数据收集方法   |  | 6          | 0                               | 6           |                |
|             | 第四章 量表测量技术  |  | 2          | 0                               | 2           |                |
|             | 第五章 问卷设计  |  | 7          | 0                               | 7           |                |
|             | 第六章 抽样方法  |  | 3          | 0                               | 3           |                |
|             | 第七章 市场调查的组织与实施  |  | 1          | 1                               | 2           |                |
|             | 第八章 数据的处理方法   |  | 0          | 4                               | 5           |                |
|             | 第九章 数据的分析方法   |  | 0          | 9                               | 8           |                |
|             | 第十章 市场调查报告的撰写   |  | 1          | 2                               | 3           |                |
|             | 机动  |  | 3          | 0                               | 3           |                |
|             | 合 计   |  | 32         | 16                              | 48          |                |
| F<br>教学方式   | <div><input checked="" type="checkbox"/>课堂讲授    <input checked="" type="checkbox"/>讨论座谈    <input checked="" type="checkbox"/>问题导向学习    <input checked="" type="checkbox"/>分组合作学习</div> <div><input type="checkbox"/>专题学习    <input type="checkbox"/>实作学习    <input checked="" type="checkbox"/>探究式学习    <input type="checkbox"/>线上线下混合式学习</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>其他_上机_____</div> |  |            |                                 |             |                |
| 11G<br>教学安排 | 授课<br>次别  | 教学内容   | 支撑课程<br>目标 | 课程思政融入<br><b>(根据实际情况至少填写3次)</b> |             | 教学方式<br>与手段    |
|             |   |  |            | 思政元素                            | 思政目标        |                |
|             | 1   | 1市场调查: 市场调查含义、作用; 类型; 市场调查的流程; 发展<br>第4节 市场调查使用范 | 1、5        | 市场调查需遵循的道德伦理                    | 具备职业素养和职业道德 | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|             | 2   | 2市场调查方案设计: 概念与重要性; 市场调查问题的界定; 市场调查方案的主要内容        | 1、2        |                                 |             | 课堂讲授           |
|             | 3   | 3市场调查数据收集方法: 定性调查法; 定量调查法                        | 1、2        |                                 |             | 课堂讲授<br>讨论座谈   |
| 4           | 4量表测量技术: 测量与测量工具; 量表的尺度与类型; 常用的量表   | 1、2  |            |                                 | 课堂讲授        |                |

|                    |   |  |                 |      |             |                |
|--------------------|---|--|-----------------|------|-------------|----------------|
|                    | 5   | 5问卷设计：类型、基本结构；问卷设计的原则、步骤；问卷设计技术                | 1、2             |      |             | 课堂讲授           |
|                    | 6   | 6抽样方法：基本知识；随机；非随机                              | 1、2             |      |             | 课堂讲授           |
|                    | 7   | 7市场调查的组织与实施：调查前期准备；数据收集过程；调查过程及调查质量监控          | 1、4、5           | 实事求是 | 践行社会主义核心价值观 | 课堂讲授<br>分组合作学习 |
|                    | 8   | 数据的处理方法：问卷录入                                   | 1、2             |      |             | 上机             |
|                    | 9   | 数据的分析方法  | 1、2             |      |             | 上机             |
|                    | 10  | 8市场调查报告的撰写：市场调查报告的特点和类型；基本结构；调查报告写作原则与技巧；评价与发布 | 1、2、3、4         |      |             | 探究式学习          |
| H<br>评价方式          | 评价项目及配分   |  | 评价项目说明          |      | 支撑课程目标      |                |
|                    | 平时成绩（30%）   |  | 实作评价：出勤、日常表现、作业 |      | 1、2、3、4、5   |                |
|                    | 期末成绩（70%）   |  | 课程报告            |      | 1、2、3、4、5   |                |
| I<br>建议教材<br>及学习资料 | 1. 教材：徐映梅.《市场调查》.高等教育出版社，2018年9月第1版.<br>2. 参考书目<br>[1] 林红菱主编《市场调查与预测》，机械工业出版社，2016。<br>[2] 贾俊平.《统计学—基于SPSS》.中国人民大学出版社. 2016 |  |                 |      |             |                |
| J<br>教学条件<br>需求    | 1. 多媒体教学设备、机房；<br>2. SPSS软件   |  |                 |      |             |                |
| K<br>注意事项          |   |  |                 |      |             |                |

|   |  |
|---|--|
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p> |  |
| 审批意见  | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p></p> <p style="text-align: right;">2023年2月10日</p>  |
|   | <p>专家组审定意见：</p> <p></p> <p style="text-align: right;">专家组成员签名：  2023年2月11日</p> |
|   | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p style="text-align: right;"><br/>教学工作指导小组组长： 2023年2月12日</p>  |

## 数据库管理与分析教学大纲

|                  |  |     |    |          |                |
|------------------|--|-----|----|----------|----------------|
| 课程名称             | 数据库管理与分析   |     |    | 课程代码     | 2511330<br>119 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input checked="" type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他   |     |    | 授课教师     | 伍家军            |
| 修读方式             | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学      分 | 3              |
| 开课学期             | 第一学期   | 总学时 | 48 | 其中实践学时   | 16             |
| 混合式<br>课程网址      |  |     |    |          |                |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 先修《Python程序设计》、《统计学》<br>后续《大数据分析》、《数据库营销》  |     |    |          |                |
| B<br>课程描述        | <p>《数据库管理与分析》是数据管理的最新技术，它为计算机专业、市场营销等众多学科提供利用计算机技术进行数据管理的基本理论知识，是计算机专业、管理专业等学科的专业必修课。</p> <p>本课程主要介绍数据库的基本理论和应用方法。本课程将通过各个教学环节，运用各种教学手段和方法，使学生在掌握数据模型、数据库管理系统、数据库语言及数据库设计理论等基本理论知识的基础上，逐步具有开发和设计数据库的能力，为进一步开发和管理大数据以及对大数据进行分析打下坚实基础。</p> |     |    |          |                |

|  |  |  |   |       |
|--|--|--|---|-------|
| <p style="text-align: center;"><b>C</b></p> <p style="text-align: center;"><b>课程目标</b></p>                     | <p>(一) 知识</p> <p>1. 理解数据库所包含的概念、基本原理。</p> <p>2. 掌握对数据库设计原理以及数据库管理。</p> <p>3. 了解大国战略，技术强国的行动计划，了解数字化安全知识，将职业生涯、职业发展脉络与国家“十四五规划”提倡的数字化发展、建设数字化中国的目标融合起来。</p> <p>(二) 能力</p> <p>4. 分析企业的实际需求，能设计数据库系统。</p> <p>5. 通过对各类数据的管理，能开发、管理数据库系统。</p> <p>(三) 素养</p> <p>6. 重视数据库构建与管理，培养与提高数据库管理人员的工匠精神，在潜移默化中培育社会主义核心价值观，提高综合职业素养，树立社会主义职业精神。</p> <p>7. 养成用数据库管理的方式管理、组织各类数据。</p> |  |   |       |
| <p style="text-align: center;"><b>D</b></p> <p style="text-align: center;"><b>课程目标与<br/>毕业要求的<br/>对应关系</b></p> | <p style="text-align: center;">毕业要求</p>  | <p style="text-align: center;">毕业要求指标点</p> | <p style="text-align: center;">课程目标</p> |       |
|  | 专业知能   | A1、A2                                      | 课程目标1                                   |       |
|  | 实务技能   | B1   | 课程目标2、4                                 |       |
|  | 应用创新   | C1   | 课程目标5                                   |       |
|  | 协作整合   | D1、D2                                      | 课程目标7                                   |       |
|  | 社会责任   | E1   | 课程目标3、6                                 |       |
| <p style="text-align: center;"><b>E</b></p> <p style="text-align: center;"><b>教学内容</b></p>                     | <p style="text-align: center;">章节内容</p>  |  | <p style="text-align: center;">学时分配</p> |       |
|  |  |  | 理论                                      | 实践 合计 |
|  | 第1章 数据库基础  |  | 4                                       | 2 6   |
|  | 第2章 关系数据库  |  | 2                                       | 1 3   |

|           |  |                           |        |                                 |      |           |
|-----------|--|---------------------------|--------|---------------------------------|------|-----------|
|           | 第3章 关系数据库语言（SQL Server概述）  |                           |        | 2                               | 1    | 3         |
|           | 第4章 数据库、表及数据操作   |                           |        | 6                               | 3    | 9         |
|           | 第5章 索引及视图  |                           |        | 4                               | 2    | 6         |
|           | 第6章 存储过程与触发器   |                           |        | 2                               | 1    | 3         |
|           | 第7章 T-SQL 应用编程   |                           |        | 4                               | 2    | 6         |
|           | 第8章 数据库安全  |                           |        | 2                               | 1    | 3         |
|           | 第10章 数据库设计   |                           |        | 4                               | 2    | 6         |
|           | 第11章 数据库新技术  |                           |        | 2                               | 1    | 3         |
|           | 合 计  |                           |        | 32                              | 16   | 48        |
| F<br>教学方式 | <div><input checked="" type="checkbox"/>课堂讲授    <input type="checkbox"/>讨论座谈    <input type="checkbox"/>问题导向学习    <input type="checkbox"/>分组合作学习</div> <div><input type="checkbox"/>专题学习    <input checked="" type="checkbox"/>实作学习    <input type="checkbox"/>探究式学习    <input type="checkbox"/>线上线下混合式学习</div> <div><input type="checkbox"/>其他_____</div> |                           |        |                                 |      |           |
| G<br>教学安排 | 授课次别   | 教学内容                      | 支撑课程目标 | 课程思政融入<br><b>（根据实际情况至少填写3次）</b> |      | 教学方式与手段   |
|           |  |                           |        | 思政元素                            | 思政目标 |           |
|           | 1  | 第1章 数据库系统概论               | 1、3、7  | 了解大国战略，国家数字发展规划                 | 3    | 课堂讲授、上机实验 |
|           | 2  | 第2章 关系数据库                 | 1、2、6  | 将职业生涯、职业发展脉络与国家规划融合             | 3    | 课堂讲授、上机实验 |
|           | 3  | 第3章 关系数据库语言（SQL Server概述） | 4、5    |                                 |      | 课堂讲授、上机实验 |
|           | 4-6  | 第4章 数据库、表及数据操作            | 4、5    |                                 |      | 课堂讲授、上机实验 |
|           | 7-8  | 第5章 索引及视图                 | 4、5、7  |                                 |      | 课堂讲授、上机实验 |
|           | 9-10   | 第6章 存储过程与触发器              | 6、7    |                                 |      | 课堂讲授、上机实验 |



|                    |   |                |              |                                |               |           |
|--------------------|---|----------------|--------------|--------------------------------|---------------|-----------|
|                    | 11-12   | 第7章 T-SQL 应用编程 | 5、7          |                                |               | 课堂讲授、上机实验 |
|                    | 13  | 第8章 数据库安全      | 4、5、6、7      | 重点介绍数字化安全                      | 3             | 课堂讲授、上机实验 |
|                    | 14-15   | 第10章 数据库设计     | 4、5、7        |                                |               | 课堂讲授、上机实验 |
|                    | 16  | 第11章 数据库新技术    | 4、5、6、7      | 宣扬数据库管理人员的工匠精神,用发展的视角分析数据库的新技术 | 6             | 课堂讲授、上机实验 |
| H<br><br>评价方式      | 评价项目及配分   |                | 评价项目说明       |                                | 支撑课程目标        |           |
|                    | 平时（20%）   |                | 出勤、课堂互动、平时作业 |                                | 1、6           |           |
|                    | 实作（30%）   |                | 上机实验         |                                | 4、5、7         |           |
|                    | 期末（50%）   |                | 闭卷考试         |                                | 1、2、3、4、5、6、7 |           |
| I<br><br>建议教材及学习资料 | 教材：《数据库原理及应用》第2版. 贾铁军主编，机械工业出版社. 2020<br>参考书：<br>[1] 数据库管理：大数据与小数据的存储、管理及分析实战. 维尔弗里德·勒玛肖等著，李川等译，机械工业出版社，2020<br>[2] 数据分析方法论和业务实战. 陈友洋 著，电子工业出版社，2022<br>[3] SQL基础教程. MICK著，孙淼 罗勇译，人民邮电出版社，2017<br>[4] 数据库系统概论（第4版）. 王珊，萨师煊，高等教育出版社，2008 |                |              |                                |               |           |
| J<br><br>教学条件需求    | 多媒体教学设备、机房  |                |              |                                |               |           |
| K<br><br>注意事项      |   |                |              |                                |               |           |

|   |  |
|---|--|
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p> |  |
| 审批意见  | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p>伍家军 李美兰 张明</p> <p>2023年2月10日</p>             |
|   | <p>专家组审定意见：</p> <p>同意</p> <p>专家组成员签名： 黄海家</p> <p>2023年2月11日</p>        |
|   | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p>罗新华</p> <p>教学工作指导小组组长：</p> <p>2023年2月12日</p> |


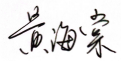
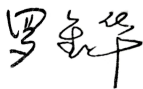
## 广告学教学大纲

|                           |  |     |    |        |                |
|---------------------------|--|-----|----|--------|----------------|
| 课程名称                      | 广告学  |     |    | 课程代码   | 25125201<br>38 |
| 课程类型                      | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input checked="" type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他 |     |    | 授课教师   | 金明菊            |
| 修读方式                      | <input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学 分    | 2              |
| 开课学期                      | 4  | 总学时 | 32 | 其中实践学时 | 8              |
| 混合式<br>课程网址               |  |     |    |        |                |
| <b>A<br/>先修及后续<br/>课程</b> | 先修课程：市场营销学、消费者行为学，具备一定的营销理论基础，以及了解消费心理和消费行为相关理论在营销中的应用。<br>后续课程：营销策划   |     |    |        |                |
| <b>B<br/>课程描述</b>         | 广告学是1门综合性边缘学科，它脱胎于新闻学，兴起于市场营销学，成熟于传播学，与心理学、市场营销学、媒体学、策划学、市场调查学等学科有着密切的联系，具有极强的包容性与实践性。本课程的学习将为市场营销专业的学生树立正确的广告运作理念，了解广告所应包含的基本原理与概念、掌握相关广告活动的规律以及如何运用广告手段进行营销奠定基础。     |     |    |        |                |

|                     |  |  |                      |       |
|---------------------|--|--|----------------------|-------|
| C<br>课程目标           | <p>(一) 知识</p> <p>1. 理解广告定义、广告的功能与价值、广告媒体、广告学相关理论，以及广告发展历程等基本知识；熟悉广告设计的核心知识，包括广告定位、广告创意等，以及广告行业发展新动态。</p> <p>(二) 能力</p> <p>2. 掌握广告设计的实务技能，和创意思维能力；</p> <p>3. 对广告作品有一定的鉴赏、审美和综合分析能力。</p> <p>(三) 素养</p> <p>4. 建立自主学习与终身学习的学习习惯，培养创新精神，以及符合社会主义核心价值观的精神，树立文化自信等。</p> <p><b>【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。</b></p> |  |                      |       |
| D<br>课程目标与毕业要求的对应关系 | 毕业要求   | 毕业要求指标点  | 课程目标                 |       |
|                     | 专业知能   | A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。<br>A2具备持续跟踪学习营销新理论、新技术的终身学习能力、具备职场持续发展的能力。 | A1：课程目标1<br>A2：课程目标4 |       |
|                     | 应用创新   | C1具有发掘、分析、应用理论解决数字营销、新媒体营销的能力。<br>C2具备较强的市场营销创新或创业能力。  | C1课程目标2、3<br>C2课程目标4 |       |
| E<br>教学内容           | 章节内容   |  | 学时分配                 |       |
|                     |  |  | 理论                   | 实践 合计 |
|                     | 1 广告概论   |  | 6                    | 0 6   |
|                     | 2 广告的功能与价值   |  | 2                    | 2 4   |
|                     | 3 广告发展演变的历史  |  | 1                    | 0 1   |
|                     | 4 广告的基础理论  |  | 3                    | 0 3   |

|             |  |                            |            |                          |                             |                |
|-------------|--|----------------------------|------------|--------------------------|-----------------------------|----------------|
|             | 5广告策略  |                            |            | 4                        | 2                           | 6              |
|             | 6广告创意  |                            |            | 4                        | 2                           | 6              |
|             | 7广告媒介  |                            |            | 1                        | 0                           | 1              |
|             | 8广告效果  |                            |            | 1                        | 0                           | 1              |
|             | 9作品展示/汇报   |                            |            | 0                        | 2                           | 2              |
|             | 10复习   |                            |            | 2                        | 0                           | 2              |
|             | 合 计  |                            |            | 24                       | 8                           | 32             |
| F<br>教学方式   | <div><div><input checked="" type="checkbox"/>课堂讲授</div><div><input type="checkbox"/>专题学习</div><div><input type="checkbox"/>其他_____</div></div> <div><div><input checked="" type="checkbox"/>讨论座谈</div><div><input checked="" type="checkbox"/>实作学习</div></div> <div><div><input checked="" type="checkbox"/>问题导向学习</div><div><input type="checkbox"/>探究式学习</div></div> <div><div><input checked="" type="checkbox"/>分组合作学习</div><div><input type="checkbox"/>线上线下混合式学习</div></div> |                            |            |                          |                             |                |
| 11G<br>教学安排 | 授课<br>次别   | 教学内容                       | 支撑课程<br>目标 | 课程思政融入<br>(根据实际情况至少填写3次) |                             | 教学方式<br>与手段    |
|             |  |                            |            | 思政元素                     | 思政目标                        |                |
|             | 1  | 广告概论：学科体系、概念、分类            | 1、4        | 中国广告价值观                  | 正确的价值观念                     | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|             | 2  | 广告的功能与价值：功能、经济价值、文化价值、社会责任 | 1、4        | 社会责任<br>对文化的影响           | 社会主义核心价值<br>观               | 课堂讲授           |
|             | 3  | 广告发展演变的历史：起源、中外广告发展历史      | 1          |                          |                             | 课堂讲授           |
|             | 4  | 广告学基础理论：市场营销学、社会学、心理学      | 1、3、4      | 案例《她在找一个人》               | 1. 社会主义核心价值<br>观<br>2. 文化自信 | 课堂讲授<br>讨论座谈   |
|             | 5  | 广告策略：USP、BI、定位策略           | 1、2、3、4    | 广告诉求                     | 遵守广告法                       | 课堂讲授           |
|             | 6  | 广告创意：概述、思维、技巧              | 1、2、3、4    | 思维方法的训练<br>优秀和经典广告赏析     | 自主学习与终身<br>学习               | 课堂讲授<br>分组合作学习 |
|             | 7  | 广告媒体：概述、类型和特征              | 1、2        |                          |                             | 课堂讲授           |
|             | 8  | 广告效果：概述、类型                 | 1、2        |                          |                             | 课堂讲授           |

|  |  |         |   |      |         |      |
|--|--|---------|---|------|---------|------|
|  | 9  | 作品展示    | 1、2、3                                       | 学生实践 |         | 实作学习 |
|  | 10   | 期末复习与答疑 |   |      |         |      |
| H<br>评价方式  | 评价项目及配分  |         | 评价项目说明                                      |      | 支撑课程目标  |      |
|  | 平时成绩（30%）  |         | 实作评价：出勤、日常表现、<br>作业、实作成品（实训）<br>纸笔考试：期中纸笔考试 |      | 1、2、3、4 |      |
|  | 期末成绩（70%）  |         | 期末纸笔考试                                      |      | 1、2、3、4 |      |
| I<br>建议教材<br>及学习资料   | 1.教材：丁俊杰，《广告学》，高等教育出版社，2018年4月，第一版<br>2.参考书目<br>[1] 田明华，《广告学》，清华大学出版社，2013年4月<br>[2] 朱江鸿，《广告学》，上海财经大学出版社，2017年8月 |         |   |      |         |      |
| J<br>教学条件<br>需求  | 1. 多媒体或智慧教室，活动桌椅；<br>2. 学习通；<br>3. 满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。  |         |   |      |         |      |
| K<br>注意事项  |  |         |   |      |         |      |
| 备注：<br>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。<br>2. 评价方式可参考下列方式：<br>(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试<br>(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察<br>(3)档案评价：书面报告、专题档案<br>(4)口语评价：口头报告、口试 |  |         |   |      |         |      |
| 审批意见   | 课程教学大纲起草团队成员签名：<br><br>金明菊 陈士林 张明  |         |   |      |         |      |
| 2023年2月10日   |  |         |   |      |         |      |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>专家组审定意见：</p> <div data-bbox="400 253 702 324"></div> <div data-bbox="1002 412 1356 481">专家组成员签名： </div> <div data-bbox="1209 526 1396 564">2023年2月11日</div> |
|  | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <div data-bbox="839 775 1316 896">教学工作指导小组组长： </div> <div data-bbox="1177 902 1356 940">2023年2月12日</div>   |

# 会计学教学大纲

|                           |  |     |    |        |            |
|---------------------------|--|-----|----|--------|------------|
| 课程名称                      | 会计学  |     |    | 课程代码   | 2512340110 |
| 课程类型                      | <input type="checkbox"/> 通识课 <input checked="" type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他   |     |    | 授课教师   | 李清水        |
| 修读方式                      | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学    分 | 4          |
| 开课学期                      | 第2学期   | 总学时 | 64 | 其中实践学时 | 12         |
| 混合式<br>课程网址               |  |     |    |        |            |
| <b>A<br/>先修及后续<br/>课程</b> | 先修课程主要有：经济法，管理原理与实务，微观经济学，宏观经济学<br>后续课程主要有：中级财务会计，财务分析   |     |    |        |            |
| <b>B<br/>课程描述</b>         | 课程主要阐述会计的基本理论、基本方法、基本程序和基本操作技能，介绍常见的一般会计业务的账务处理，初步编制资产负债表，利润表等。  |     |    |        |            |
| <b>C<br/>课程目标</b>         | 课程目标符合学校办学定位和专业人才培养目标，对实现财务管理专业毕业要求起到重要作用，学习本课程后在知识、能力、素质、情感等方面应达到的目标要求为： <p>（一）知识</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 理解会计的基本理论、基本方法、基本程序和基本操作技能</li> <li>2. 归纳会计核算方法的特点，会计基本操作技能的运用</li> </ol> <p>（二）能力</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 分析会计信息处理方式方法的正确性</li> <li>4. 评价会计信息处理方式方法的合理性</li> </ol> <p>（三）素养</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. 重视会计职业道德建设，兼顾对学生依法治国、社会责任感、工匠精神、专业素养等方面的教育</li> <li>6. 养成遵纪守法，遵守职业道德的习惯</li> </ol> |     |    |        |            |



|                                       | 毕业要求            | 毕业要求指标点  | 课程目标           |    |    |
|---------------------------------------|-----------------|--|----------------|----|----|
| <b>D<br/>课程目标与<br/>毕业要求的<br/>对应关系</b> | A专业知能           | A1掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。     | 课程目标1. 2. 3. 4 |    |    |
|                                       | D协助整合           | D2具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。                             | 课程目标1. 2. 3. 4 |    |    |
|                                       | E社会责任           | E1具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。 | 课程目标5. 6       |    |    |
| <b>E<br/>教学内容</b>                     | 章节内容            |  | 学时分配           |    |    |
|                                       |                 |  | 理论             | 实践 | 合计 |
|                                       | 第1章 总论          |  | 4              |    | 4  |
|                                       | 第2章 会计要素与会计等式   |  | 4              |    | 4  |
|                                       | 第3章 会计核算基础      |  | 4              |    | 4  |
|                                       | 第4章 账户与复式记账     |  | 4              |    | 4  |
|                                       | 第5章 企业主要经济业务的核算 |  | 10             | 6  | 16 |
|                                       | 第6章 账户的分类       |  | 2              |    | 2  |
|                                       | 第7章 成本计算        |  | 2              |    | 2  |
|                                       | 第8章 会计凭证        |  | 4              | 2  | 6  |
|                                       | 第9章 会计账簿        |  | 6              | 2  | 8  |
|                                       | 第10章 财产清查       |  | 6              |    | 6  |
|                                       | 第11章 财务会计报告     |  | 4              |    | 4  |
|                                       | 第12章 会计核算组织程序   |  | 2              | 2  | 4  |
|                                       | 合 计             |  | 52             | 12 | 64 |

|                         |   |   |            |                  |                         |                |
|-------------------------|---|---|------------|------------------|-------------------------|----------------|
| <b>F</b><br><b>教学方式</b> | <input checked="" type="checkbox"/> 课堂讲授 <input type="checkbox"/> 讨论座谈 <input checked="" type="checkbox"/> 问题导向学习 <input type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input checked="" type="checkbox"/> 实作学习 <input type="checkbox"/> 探究式学习 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input type="checkbox"/> 其他_____ |   |            |                  |                         |                |
| <b>G</b><br><b>教学安排</b> | 授课<br>次别  | 教学内容  | 支撑课程<br>目标 | 课程思政融入           |                         | 教学方式<br>与手段    |
|                         | 1-4   | 第一章总论1会计的产生与发展2会计含义3会计职能与目标4会计任务与作用5会计方法6企业的经济活动  | 1. 2. 5. 6 | 会计职能与目标, 会计任务与作用 | 培养依法治国, 社会责任感, 会计职业道德素质 | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|                         | 5-8   | 第二章会计要素与会计等式1会计对象2会计要素3会计等式                       | 1. 2       |                  |                         | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|                         | 9-12  | 第三章会计核算基础1会计假设2会计信息质量特征3会计要素确认、计量及其要求4收付实现制与权责发生制 | 1. 2. 5. 6 | 会计核算基础           | 培养遵纪守法, 遵守职业道德的习惯       | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|                         | 13-16   | 第四章 账户与复式记账1账户与会计科目2复式记账原理3借贷记账法4总分类账户和明细分类账户     | 1. 2. 3. 4 |                  |                         | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|                         | 17-26   | 第五章企业主要经济业务核算1企业主要经济业务概述2资金筹集业务的核算                | 1. 2. 3. 4 |                  |                         | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|                         | 27-28   | 第六章账户的分类1账户分类的意义2账户按经济内容分类3账户按用途和结构分类             | 1. 2. 3. 4 |                  |                         | 课堂讲授<br>问题导向学习 |

|  |       |  |                  |            |                   |                |
|--|-------|--|------------------|------------|-------------------|----------------|
|  | 29-30 | 第七章 成本计算1<br>成本计算的意义、原理与要求2成本计算的一般程序                             | 1. 2             |            |                   | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|  | 31-34 | 第八章 会计凭证1<br>会计凭证的作用与种类2原始凭证3记账凭证4会计凭证的传递与保管                     | 1. 2. 3. 4. 5. 6 | 会计凭证的作用与种类 | 重视会计职业道德建设        | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|  | 35-40 | 第九章 会计账簿1<br>账簿的意义与种类2设置与登记3启用与运用规则（记账、错账更正）4结账与对账5更换与保管         | 1. 2. 3. 4. 5. 6 | 会计账簿的设置与登记 | 加强工匠精神、专业素养等方面的教育 | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|  | 41-46 | 第十章 财产清查1<br>概述2存活的盘存制度的会计处理3内容与方法4清查结果                          | 1. 2. 3. 4       |            |                   | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|  | 47-50 | 第十一章 财务会计报告1概述2资产负债表的编制3利润表的编制                                   | 1. 2. 3. 4       | 财务会计报告编制   | 加强工匠精神、专业素养等方面的教育 | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|  | 51-52 | 第12章 会计核算组织程序 1概述2记账凭证核算组织程序3科目汇总表核算组织程序4汇总记账凭证核算组织程序5日记总账核算组织程序 | 1. 2. 3. 4       |            |                   | 课堂讲授<br>问题导向学习 |
|  | 53-64 | 实验   | 1. 2. 3. 4. 5. 6 |            |                   | 实作学习           |

|  |   |   |                  |
|--|---|---|------------------|
| H<br><br>评价方式  | 评价项目及配分   | 评价项目说明                                  | 支撑课程目标           |
|  | 平时（40%）   | 平时作业成绩为主，参考课堂出勤及表现，这部分占比20%。另实验占总评比例20% | 1. 2. 3. 4. 5. 6 |
|  | 期末（60%）   | 笔试闭卷                                    | 1. 2. 3. 4       |
| I<br><br>建议教材及学习资料   | 建议教材：《基础会计》，陈国辉、迟旭升主编，东北财经大学出版社（第7版），2021年7月第1次印刷<br>学习资料：1、《基本会计准则》2、财政部官网3、九九网智财会教育云平台<br>smxy. 99onez. com |   |                  |
| J<br><br>教学条件需求  | 黑板、粉笔、多媒体设备（授课用）<br>电脑或智能手机（完成作业用）  |   |                  |
| K<br><br>注意事项  | 1、基础理论较为抽象，应多以案例分析讲解，以利于理解运用<br>2、关注相关法律法规的变化，应以正在使用中的规范作为讲授基础<br>3、大量的练习有助于课程目标的实现，可推荐课外习题                   |   |                  |
| 备注：<br>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。<br>2. 评价方式可参考下列方式：<br>(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试<br>(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察<br>(3)档案评价：书面报告、专题档案<br>(4)口语评价：口头报告、口试 |   |   |                  |

|      |  |
|------|--|
| 审批意见 | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p>李清水 程德通 舒均治</p> <p>2023年2月10日</p>            |
|      | <p>专家组审定意见：</p> <p>田 蕊</p> <p>专家组成员签名： 黄海霖</p> <p>2023年2月11日</p>       |
|      | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p>罗 华</p> <p>教学工作指导小组组长：</p> <p>2023年2月12日</p> |

## 经济法教学大纲

|                      |   |     |    |        |            |
|----------------------|---|-----|----|--------|------------|
| 课程名称                 | 经济法   |     |    | 课程代码   | 2511320111 |
| 课程类型                 | <input type="checkbox"/> 通识课 <input checked="" type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他  |     |    | 授课教师   | 蔡东方        |
| 修读方式                 | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修  |     |    | 学 分    | 2          |
| 开课学期                 | 第2学期  | 总学时 | 32 | 其中实践学时 |            |
| 混合式课程网址              | 非必填，根据实际情况填写  |     |    |        |            |
| <b>A<br/>先修及后续课程</b> | 先修课程：专业导论、微观经济学、市场营销学、管理原理与实务<br>同步课程：宏观经济学、<br>后续课程：消费者行为学、财务管理、组织行为学、公司治理、市场调查、人力资源管理、品牌管理、管理信息系统   |     |    |        |            |
| <b>B<br/>课程描述</b>    | 本课程是以经济法律规范为研究对象的学科，通过系统、全面地讲授经济法的宏观调控法和市场规制法的基本理论、基本知识和基本技能(目的)，结合案例分析，运用逻辑分析、比较分析以及经济分析等研究方法来分析、说明相关问题（历程），培养学生综合的经济法律素质（结果）。   |     |    |        |            |
| <b>C<br/>课程目标</b>    | <p>（一）知识</p> 1. 理解：掌握经济法的基本理论、基本知识和基本技能；<br>2. 归纳：宏观调控和市场规制。 <p>（二）能力</p> 3. 分析：能运用经济法的基本理论、基本知识和基本技能并结合基本制度和具体制度，分析和解决有关的理论问题和实际问题；<br>4. 评价：调制作用。 <p>（三）素养</p> 5. 重视：宏观调控下的市场经济；<br>6. 养成：符合中国特色社会主义市场经济要求懂市场营销懂经济法律的应用型人才。 <p>（四）课程思政</p> 坚定理想信念：家国情怀（爱党、爱人民、爱集体）（世情国情党情民情）（政治认同、思想认同、情感认同、道路自信、理论自信、制度自信、文化自信）（以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神），宪法法治意识（法治理念、法治原则、重要法律概念的认知）（国家的富强、民主、文明、和谐和社会的自由、平等、公正、法治），中华优秀传统文化素养（仁爱、重民本、守诚信、 |     |    |        |            |

|                                    |  |   |       |       |
|------------------------------------|--|---|-------|-------|
|                                    | 崇正义、尚和合、求大同的思想精华和时代价值，富有中国心、饱含中国情、充满中国味），经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养（劳动、爱岗敬业、无私奉献、公道办事、心理健康、友善修养、团结协作）等中国特色社会主义和中国特色社会主义核心价值观。 |   |       |       |
| <b>D</b><br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求   | 毕业要求指标点                                 | 课程目标  |       |
|                                    | 沟通合作   | 掌握经济法的基本理论、基本知识和基本技能。                   | 课程目标1 |       |
|                                    | 学会反思   | 具有发现问题，并通过独立思考判断和自主分析解决问题的能力。           | 课程目标2 |       |
|                                    | 学科素养   | 具备一定的整合理论知识和实践知识的能力，并具备一定的实践的探究能力和创新能力。 | 课程目标3 |       |
|                                    | 教育情怀   | 认同立德树人的意义，具有明德、明理和明志意识。                 | 课程目标4 |       |
| <b>E</b><br>教学内容                   | 章节内容   |   | 学时分配  |       |
|                                    |  |   | 理论    | 实践 合计 |
|                                    | 第一章 经济法的概念与历史  |   | 2     | 2     |
|                                    | 第二章 经济法的体系和地位  |   | 2     | 2     |
|                                    | 第三章 经济法的宗旨和原则  |   | 2     | 2     |
|                                    | 第四章 经济法的主体和行为  |   | 2     | 2     |
|                                    | 第五章 经济法的权利、义务和责任   |   | 1     | 1     |
|                                    | 第六章 经济法的制定和实施  |   | 1     | 1     |
|                                    | 第七章 宏观调控法的基本理论与制度  |   | 2     | 2     |
|                                    | 第八章 财政调控法律制度   |   | 2     | 2     |
|                                    | 第九章 税收调控法律制度   |   | 2     | 2     |
|                                    | 第十章 金融调控法律制度   |   | 2     | 2     |
|                                    | 第十一章 计划调控法律制度  |   | 2     | 2     |

|           |  |   |   |  |       |             |
|-----------|--|---|---|--|-------|-------------|
|           | 第十二章 市场规制法的基本理论和制度   |   |   | 2  |       | 2           |
|           | 第十三章 反垄断法律制度   |   |   | 2  |       | 2           |
|           | 第十四章 反不正当竞争法律制度  |   |   | 2  |       | 2           |
|           | 第十五章 消费者保护法律制度   |   |   | 2  |       | 2           |
|           | 第十六章 质量、价格、广告和计量监管法律制度   |   |   | 2  |       | 2           |
|           | 第十七章 特别市场规制制度  |   |   | 2  |       | 2           |
|           | 合 计  |   |   | 32   |       | 32          |
| F<br>教学方式 | <div><input checked="" type="checkbox"/>课堂讲授      <input type="checkbox"/>讨论座谈      <input checked="" type="checkbox"/>问题导向学习      <input type="checkbox"/>分组合作学习</div> <div><input type="checkbox"/>专题学习      <input type="checkbox"/>实作学习      <input checked="" type="checkbox"/>探究式学习      <input checked="" type="checkbox"/>线上线下混合式学习</div> <div><input type="checkbox"/>其他_____</div> |   |   |  |       |             |
| G<br>教学安排 | 授课<br>次别   | 教学内容  | 支撑课程<br>目标                                      | 课程思政融入<br>(根据实际情况至少填写3次)   |       | 教学方式<br>与手段 |
|           |  |   |   | 思政元素   | 思政目标  |             |
|           | 1  | 第一章 经济法的概念与历史<br><br>第一节 经济法的概念<br><br>第二节 经济法的历史 | 课程目标1、2、3                                       | 个体营利性与社会公益性的矛盾，效率与公平、自由与秩序的矛盾，调控关系和规制关系，经济性（降本增效、宏观调控手段）与规制性（积极的鼓励促进和消极的限制禁止、市场规制手段）（基本特征），现代性（重要特征） | 课程目标4 | 讲授          |
| 2         | 第二章 经济法的体系和地位<br><br>第一节 经济法的体系<br><br>第二节 经济法的地位  | 课程目标1、2、3   | 宏观调控法和市场规制法，“财金计划调控法，两反一保规制法”，经济法的主要渊源，经济法的辅助渊源 | 课程目标4  | 讲授    |             |





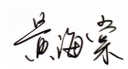

|   |   |           |   |       |    |
|---|---|-----------|---|-------|----|
| 3 | <p>第三章 经济法的宗旨和原则</p> <p>第一节 经济法的宗旨</p> <p>第二节 经济法的基本原则</p>  | 课程目标1、2、3 | <p>市场机制及其失灵：确立经济法宗旨的客观基础，国家调制与公权力的体系革新：实现经济法宗旨的工具依赖，经济法以社会公正为价值追求，经济法以个人利益和社会利益的矛盾统一为目标定位，有效调制原则（市场基础和优先原则——基础性原则）：调制法定原则（基础），调制适度原则（手段），调制绩效原则（总目标），社会利益本位原则（终极性原则），经济安全和发展原则（终极性原则）</p> | 课程目标4 | 讲授 |
| 4 | <p>第四章 经济法的主体和行为</p> <p>第一节 经济法的主体</p> <p>第二节 经济法主体的行为</p>  | 课程目标1、2、3 | <p>权力和权利，宏观调控行为是宏观领域的调控行为，市场规制行为主要是一种否定行为，公共行为、公职行为、公权行为</p>  | 课程目标4 | 讲授 |
| 5 | <p>第五章 经济法主体的权利、义务和责任</p> <p>第一节 经济法主体的权利和义务</p> <p>第二节 经济法主体的责任</p> <p>第六章 经济法的制定和实施</p> <p>第一节 经济法的制定</p> <p>第二节 经济法的实施</p> | 课程目标1、2、3 | <p>依法接受调制，责任承担的非过错性（过错推定），调制主体对调制受体承担的国家赔偿责任；市场经济建章立制，发展市场经济不仅要诉诸市场机制，也要求助于宏观调控，科学立法，严格执法，公正司法，全民守法</p>   | 课程目标4 | 讲授 |

|   |   |           |  |       |    |
|---|---|-----------|--|-------|----|
| 6 | <p>第七章 宏观调控法的基本理论与制度</p> <p>第一节 宏观调控法基本理论</p> <p>第二节 宏观调控法基本制度</p>                                      | 课程目标1、2、3 | 经济总量、结构等宏观方面的平衡、协调和有序,公平、效率、秩序价值,调控法定原则、调控绩效原则、调控公平原则、调控适度原则,有条件的允许式调整方式、积极义务式的调整方式、一般禁止式的调整方式 | 课程目标4 | 讲授 |
| 7 | <p>第八章 财政调控法律制度</p> <p>第一节 财政调控法的基本原理</p> <p>第二节 预算调控法律制度</p> <p>第三节 国债调控法律制度</p> <p>第四节 财政支出调控法律制度</p> | 课程目标1、2、3 | 国家分配说、公共需要说,国债、地方政府性债务、政府采购和转移支付   | 课程目标4 | 讲授 |
| 8 | <p>第九章 税收调控法律制度</p> <p>第一节 税收调控法基本原理</p> <p>第二节 商品税调控法律制度</p> <p>第三节 所得税调控法律制度</p> <p>第四节 财产税调控法律制度</p> | 课程目标1、2、3 | 强制、无偿地取得财政收入,商品税法可以调节社会总供求结构,所得税法可以调节收入分配格局,财产税法调节社会成员之间贫富差距                                   | 课程目标4 | 讲授 |

|    |  |           |  |       |    |
|----|--|-----------|--|-------|----|
| 9  | 第十章 金融调控法律制度<br><br>第一节 金融调控法基本原理<br><br>第二节 中央银行调控制度<br><br>第三节 其他金融调控制度              | 课程目标1、2、3 | 以货币政策和宏观审慎政策为双支柱，防范和化解系统性金融风险，保持社会总需求与总供给的平衡，外汇管理      | 课程目标4 | 讲授 |
| 10 | 第十一章 计划调控法律制度<br><br>第一节 计划调控法基本原理<br><br>第二节 计划调控法的主要制度                               | 课程目标1、2、3 | 制定经济和社会发展战略，部署、规划、安排和调控国民经济运行和发展，产业政策，投资与计划，区域规划，对外贸易  | 课程目标4 | 讲授 |
| 11 | 第十二章 市场规制法的基本理论与制度<br><br>第一节 市场规制法基本理论<br><br>第二节 市场规制法基本制度                           | 课程目标1、2、3 | 规制法定原则、规制公平原则、规制绩效原则、规制适度原则，经营者利益的代表者                  | 课程目标4 | 讲授 |
| 12 | 第十三章 反垄断法律制度<br><br>第一节 反垄断法基本原理<br><br>第二节 反垄断法的实体制度<br><br>第三节 反垄断法的程序制度             | 课程目标1、2、3 | 牟取超额利益，滥用市场支配地位行为规制法，经营者集中行为规制法，联合限制竞争行为规制法，行政性垄断行为规制法 | 课程目标4 | 讲授 |
| 13 | 第十四章 反不正当竞争法律制度<br><br>第一节 反不正当竞争法基本原理<br><br>第二节 反不正当竞争法的实体制度<br><br>第三节 反不正当竞争法的程序制度 | 课程目标1、2、3 | 混淆行为，商业贿赂，虚假或者引人误解的商业宣传，侵犯商业秘密，违法有奖销售，诋毁他人商誉，互联网不正当竞争  | 课程目标4 | 讲授 |

|    |   |           |  |       |    |
|----|---|-----------|--|-------|----|
| 14 | <p>第十五章 消费者保护法律制度</p> <p>第一节 消费者保护法基本原理</p> <p>第二节 消费者权利的法律界定</p> <p>第三节 各类主体保护消费者的义务</p> <p>第四节 消费者权利的法律救济</p> | 课程目标1、2、3 | <p>消费关系与消费关系相关关系或称消费辅助关系，权力（利）配置倾斜性及规范强制性，平等、自愿、诚信、公平和依法交易原则，消费者权利：安全保障权、知悉真情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、适当期间单方解除合同权、依法结社权、接受教育权、获得尊重权、批评监督权，经营者义务：依法定或约定履行义务、听取意见和接受监督、保障消费者人身和财产安全、不作虚假或引人误解的宣传、出具相应的凭证和单据、品质担保义务、承担更换、退货或修理等义务、不得从事不公平、不合理的交易、尊重消费者人格尊严的义务、信息提供与个人信息保护的义务</p> | 课程目标4 | 讲授 |
| 15 | <p>第十六章 质量、价格、广告和计量监管法律制度</p> <p>第一节 产品质量监管法律制度</p> <p>第二节 价格监管法律制度</p> <p>第三节 广告监管法律制度</p> <p>第四节 计量监管法律制度</p> | 课程目标1、2、3 | <p>产品质量监督，产品质量检验质量体系认证（ISO9001），产品质量认证（ISO9000），强制认证，自愿认证，政府定价或者政府指导价，广告的一般准则（真实；准确、清晰；合法），国家实行法定计量单位制度</p>  | 课程目标4 | 讲授 |

|                    |                                 |  |  |  |        |  |
|--------------------|---------------------------------|--|--|--|--------|--|
|                    | 16                              | 第十七章 特别市场规制制度<br><br>第一节 特别市场规制基本原理<br><br>第二节 货币市场规制制度<br><br>第三节 证券市场规制制度<br><br>第四节 保险市场规制制度<br><br>第五节 房地产市场规制制度<br><br>第六节 能源市场规制制度 | 课程目标1、2、3  | 关乎国家经济安全、社会稳定或国计民生的金融市场、自然垄断业市场、食品、药品市场、建筑与房地产市场、危险品市场等，市场准入 | 课程目标4  |  |
| H<br><br>评价方式      | 评价项目及配分                         |  | 评价项目说明   |  | 支撑课程目标 |  |
|                    | 平时（20%）                         |  | 根据学生出勤、课堂表现、完成作业情况评定，至少布置2次作业。                       |  |        |  |
|                    | 期末（80%）                         |  | 笔试开卷考试按教学大纲的要求进行，统一命题；考试内容应紧密结合所学教材，重点考核学生的经济法律掌握能力。 |  |        |  |
| I<br><br>建议教材及学习资料 | 经济法学（第三版） 张守文主编，高等教育出版社，2022年8月 |  |  |  |        |  |
| J<br><br>教学条件需求    | 多媒体                             |  |  |  |        |  |

|  |   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>K</b></p> <p style="text-align: center;"><b>注意事项</b></p> |   |
|  | <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>(4) 口语评价：口头报告、口试</p>   |
| <p style="text-align: center;"><b>审批意见</b></p>   | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <p style="font-size: 1.2em; margin: 0;">程德通</p> <p style="margin: 0;">雷 丰色 杰</p> </div> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 100px;">2023年2月10日</div> |
|  | <p>专家组审定意见：</p> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div> <div style="text-align: right; margin-top: 100px;"> <p>专家组成员签名： </p> <p>2023年2月11日</p> </div>   |
|  | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <div style="text-align: right; margin-top: 100px;"> <p></p> <p>教学工作指导小组组长：</p> <p>2023年2月12日</p> </div>   |

## 图像处理技术教学大纲




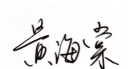
|                           |   |     |   |      |            |
|---------------------------|---|-----|---|------|------------|
| 课程名称                      | 图像处理技术  |     |   | 课程代码 | 2513610157 |
| 课程类型                      | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input checked="" type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他  |     |   | 授课教师 | 李奇泽        |
| 修读方式                      | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修  |     |   | 学 分  | 1          |
| 开课学期                      | 2   | 总周数 | 1 | 总学时  | 24         |
| <b>A<br/>先修及后续<br/>课程</b> | 先修课程：市场营销概论、计算机基础、色彩理论<br>后续课程：市场营销综合实训、网络营销、跨境电商实务   |     |   |      |            |
| <b>B<br/>课程描述</b>         | <p>《图像处理技术》是市场营销专业的开设的科平台和专业核心课。本课程作为市场营销专业课程目的是培养学生在互联网时代开展网络营销及商业策划设计、课程PPT美工设计过程中图像处理和运用的能力；结合现代市场营销模式下网络推广的多变性和多样性，让学生能得心应手的应用图像处理技术软件-photoshop CC这门工具课开展营销、策划和设计。</p>   |     |   |      |            |
| <b>C<br/>课程目标</b>         | <p>（一）知识</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握图像处理技术的基础理论知识和应用领域。</li> <li>2. 掌握图像处理技术工具的基本操作理论知识。</li> </ol> <p>（二）能力</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 掌握图像处理技术中关于图像的构图和基本技能，生活工作中识别和区分图像的基本类别。</li> <li>4. 掌握图像处理技术工具的基本操作，在学习和工作中能应用基本工具处理图像和美化等操作。</li> <li>5. 掌握图像处理技术的综合应用，在学习和工作中能从事系统商业化的设计。</li> </ol> <p>（三）素养</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. 通过学习党和国家的红色文化案例和故事，学习专业知识在其中的应用。，理解图像在当中的重要意义。</li> <li>7. 培养学生理论联系实际、善用图像处理工具，能进行基本图像处理和综合</li> </ol> |     |   |      |            |

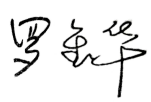
|                             |                           |   |                    |
|-----------------------------|---------------------------|---|--------------------|
|                             | 性平面设计，为学生未来步入工作岗位打下坚实的基础。 |   |                    |
| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求                      | 毕业要求指标点   | 课程目标               |
|                             | A. 思想品德                   | A1. 具有坚定正确的政治方向，良好的思想品德和健全的人格，热爱祖国，热爱人民，拥护中国共产党的领导；具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。<br>A2. 具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在电子商务工程实践中理解并遵守工程职业道德，履行责任。 | 课程目标6              |
|                             | B. 工程知识                   | B1. 具备职场所需的图像处理设计和创新能力<br>B2. 能够设计针对复杂电子商务工程问题的解决方案，设计满足特定需求的系统，能够在设计环节体现创新意识，考虑社会、健康、安全、法律、文化以及环境等因素。  | 课程目标1. 2. 3. 4. 5. |
|                             | C. 应用创新                   | C1. 具有发掘、分析、应用产业技术创新和商业模式创新的能力。<br>C2. 具备多学科融合的创意、创   | 课程目标1. 2. 3. 4. 5. |



|           |   |  |                    |
|-----------|---|--|--------------------|
|           |   | 新和创业能力。  |                    |
|           | D. 协作整合                                     | D1. 能够就复杂电子商务工程问题与业界同行及社会公众进行有效的沟通和交流,包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或回应指令,并具备一定的国际视野,能够在跨文化背景下进行沟通和交流。<br>D2. 能够在多学科背景下的团队中承担个体,团队成员以及负责人的角色。                                 | 课程目标1. 2. 3. 4. 5. |
|           | E. 社会责任                                     | E1. 能够基于电子商务工程相关背景知识进行合理分析,评价电子商务专业工程实践和复杂工程问题解决方案对社会、健康、安全、法律以及文化的影响,并理解应承担的责任。<br>E2. 能够基于电子商务工程相关背景知识进行合理分析,评价电子商务专业工程实践和复杂工程问题解决方案对社会、健康、安全、法律以及文化的影响,并理解应承担的责任。 | 课程目标6. 7           |
| E<br>教学内容 | 实习(实践)项目                                    |  | 周数/学时分配            |
|           | 第一章 PHOTOSHOP CC概述<br>第一节PHOTOSHOP CC的应用领域; | 机房   | 1/6                |
|           | 第二章 图像的基础知识与操作<br>第一节图像的基础知识、图像文件的          | 机房   | 1/6                |
|           | 第三章选区的应用<br>第一节认识创建选区、蒙版和色彩范                | 机房   | 1/6                |
|           | 第四章调整图像色彩<br>第一节了解颜色                        | 机房   | 1/6                |
|           | 第五章 图层应用<br>第一节图层概述                         | 机房   | 1/6                |
|           | 第六章 颜色设置与填充<br>第一节颜色设置的方法                   | 机房   | 1/6                |
|           | 第七章形状的绘制<br>第一节认识路径                         | 机房   | 1/6                |
|           |   |  |                    |
|           |   |  |                    |
|           |   |  |                    |
|           |   |  |                    |

|                   |  |          |                 |                                   |                              |                      |
|-------------------|--|----------|-----------------|-----------------------------------|------------------------------|----------------------|
|                   |  |          |                 |                                   |                              |                      |
|                   | 合 计  |          |                 |                                   |                              |                      |
| <b>F<br/>教学方式</b> | <input checked="" type="checkbox"/> 现场指导 <input type="checkbox"/> 讨论座谈 <input checked="" type="checkbox"/> 问题导向学习 <input type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input checked="" type="checkbox"/> 实作学习 <input checked="" type="checkbox"/> 探究式学习 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input type="checkbox"/> 其他_____ |          |                 |                                   |                              |                      |
| <b>G<br/>教学安排</b> | 次别   | 实习（实践）项目 | 支撑课程<br>目标      | 课程思政融入                            |                              | 教学方式<br>与手段          |
|                   |  |          |                 | 思政元素                              | 思政目标                         |                      |
|                   | 1  | 课程导入，简介  | 1、6             | 红色文化宣传海<br>报介绍与设计构<br>思分析         | 培训学生在<br>数字世界里<br>挖掘时代精<br>神 | 课堂教授<br>讲练结合         |
|                   | 2  | 基本界面与功能  | 1、6             | 党和国家红色<br>文化案例分析                  | 了解党和国<br>家红色文化               | 课堂教授<br>讲练结合         |
|                   | 3  | 案例分析赏析   | 1、6             | 提问：2008年北<br>京奥运会与2022<br>年北京冬奥会文 | 增强文化自<br>信，强化创               | 课堂教授<br>讲练结合         |
|                   | 4  | 滤镜功能     | 1、2、3、4、        |                                   |                              | 讲练结合<br>案例分析         |
|                   | 5  | 编辑功能     | 1、2、3、4、        |                                   |                              | 讲练结合<br>案例分析<br>问题导向 |
|                   | 6  | 色彩功能     | 1、2、3、4、        |                                   |                              | 讲练结合<br>案例分析<br>问题导向 |
|                   |  |          |                 |                                   |                              |                      |
| <b>H<br/>评价方式</b> | 评价项目及配分  |          | 评价项目说明          |                                   | 支撑课程目标                       |                      |
|                   | 平时（60%）  |          | 出勤、课堂表现、平时作业    |                                   | 1、2、3                        |                      |
|                   | 实习报告（40%）  |          | 汇报个人学习成果和新<br>的 |                                   | 1、2、3                        |                      |
|                   |  |          |                 |                                   |                              |                      |

|   |  |
|---|--|
| <p>I<br/>建议教材<br/>及学习资料</p>   |  |
| <p>J<br/>教学条件<br/>需求</p>  |  |
| <p>K<br/>注意事项</p>   |  |
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：现场小测、综合纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：现场记录、日常表现、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、实习总结</p> <p>(4) 口语评价：现场口头报告</p> |  |
| <p>审批意见</p>   | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <div style="text-align: center;">  <p>郑庆伟</p>  </div> <div style="text-align: right;"> <p>2023年2月10日</p> </div> |
|   | <p>专家组审定意见：</p> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: right;"> <p>专家组成员签名： </p> <p>2023年2月11日</p> </div> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p style="text-align: right;"><br/>教学工作指导小组组长：</p> <p style="text-align: right;">2023年2月12日</p> |
|--|---|

## 营销策划实务教学大纲

|                  |   |      |        |
|------------------|---|------|--------|
| 课程名称             | 营销策划实务  | 课程代码 | 034165 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input checked="" type="checkbox"/> 其他                      | 授课教师 | 陈志斌    |
| 修读方式             | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修  | 学 分  | 1      |
| 开课学期             | 4   | 实践学时 | 16     |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 先修课程：市场营销学、消费者行为学、营销策划<br>后续课程：无  |      |        |
| B<br>课程描述        | 《营销策划实务》是营销策划课程的实践部分的主要教学内容，具有很强的实践性和应用性。实践性很强表现在其具备很强的操作性，重视培养学生的实际的各种营销能力：市场策划能力、制定营销组合策略的能力、市场营销策略的综合运用的能力；并且获得实际策划的能力。为毕业后成功地走上社会参加企业市场营销实践打下坚实的基础。                                     |      |        |
| C<br>课程目标        | <p>（一）知识</p> <p>1. 理解营销策划所包含的概念、基本原理、策划书的内容。</p> <p>（二）能力</p> <p>2. 具备对各行业的市场营销策划能力；营销策划的实施与控制能力；团队协作能力；</p> <p>3. 培养营销的创新能力；</p> <p>（三）素养</p> <p>4. 自主学习和持续学习的精神；提高综合职业素养，培养正确的职业道德观念。</p> |      |        |

|                             |  |        |            |                                 |                       |             |
|-----------------------------|--|--------|------------|---------------------------------|-----------------------|-------------|
| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求   |        | 毕业要求指标点    |                                 | 课程目标                  |             |
|                             | 专业知能   |        | A1         |                                 | 课程目标1                 |             |
|                             | 实务技能   |        | B2         |                                 | 课程目标2                 |             |
|                             | 应用创新   |        | C1、C2      |                                 | 课程目标3                 |             |
|                             | 协作整合   |        | D1、D2      |                                 | 课程目标2                 |             |
|                             | 社会责任   |        | E1         |                                 | 课程目标4                 |             |
| E<br><br>教学内容               | 实践项目及内容  |        |            |                                 | 学时分配                  |             |
|                             |  |        |            |                                 | 实验、上机、实训、<br>线上教学、研讨等 | 合计          |
|                             | 市场研究调研   |        |            |                                 | 实训                    | 4           |
|                             | 整合营销策划   |        |            |                                 | 实训                    | 8           |
|                             | 策划报告撰写   |        |            |                                 | 实训                    | 4           |
|                             | 合 计  |        |            |                                 |                       | 16          |
| F<br><br>教学方式               | <div><div><input checked="" type="checkbox"/>课堂示范</div><div><input checked="" type="checkbox"/>讨论实操</div><div><input type="checkbox"/>问题导向学习</div><div><input checked="" type="checkbox"/>分组合作学习</div><div><input type="checkbox"/>专题学习</div><div><input type="checkbox"/>实作学习</div><div><input type="checkbox"/>探究式学习</div><div><input type="checkbox"/>线上线下混合式学习</div><div><input type="checkbox"/>其他_____</div></div> |        |            |                                 |                       |             |
| G<br><br>教学安排               | 次别   | 实践名称   | 支撑课程<br>目标 | 课程思政融入<br><b>（根据实际情况至少填写3次）</b> |                       | 教学方式<br>与手段 |
|                             |  |        |            | 思政元素                            | 思政目标                  |             |
|                             | 1  | 市场研究调研 | 1、2、3、4    | 实事求是                            | 职业素养                  | 分组合作学<br>习  |
|                             | 2  | 整合营销策划 | 1、2、3、4    | 行业营销策划<br>案例                    | 社会责任                  | 分组合作学<br>习  |
|                             | 3  | 策划报告撰写 | 1、2、3、4    |                                 | 自主学习和持<br>续学习         | 分组合作学<br>习  |

|                    |   |                       |         |
|--------------------|---|-----------------------|---------|
| H<br>评价方式          | 评价项目及配分   | 评价项目说明                | 支撑课程目标  |
|                    | 平时成绩（40%）   | 实作评测：包括出勤及课堂表现情况、课堂练习 | 1、2、3、4 |
|                    | 期末成绩（60%）   | 书面报告                  | 1、2、3、4 |
| I<br>建议教材<br>及学习资料 | 教材：姜岩，《营销策划：方法、实务与技能》，清华大学出版社，2020年7月<br>参考书：<br>1. 李胜 黄尧 黄华，《营销策划—路径、方法与文案设计（第1版）》，北京大学出版社 |                       |         |
| J<br>教学条件<br>需求    | 多媒体教学设备、机房  |                       |         |
| K<br>注意事项          |   |                       |         |
| 审批意见               | 课程教学大纲起草团队成员签名：<br><br>陈永斌 金明菊 张纳<br><br>2023年2月10日   |                       |         |
|                    | 专家组审定意见：<br><br>同意<br><br>专家组成员签名：黄海豪<br><br>2023年2月11日                                     |                       |         |
|                    | 学院教学工作指导小组审议意见：<br><br>罗永华<br>教学工作指导小组组长：<br><br>2023年2月12日                                 |                       |         |



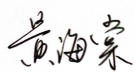
## 实务专题（二）教学大纲

|                  |  |     |   |      |          |
|------------------|--|-----|---|------|----------|
| 课程名称             | 实务专题2  |     |   | 课程代码 | 03430302 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input checked="" type="checkbox"/> 其他   |     |   | 授课教师 | 李明骞      |
| 修读方式             | <input type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修  |     |   | 学 分  | 2        |
| 开课学期             | 6  | 总周数 | 2 | 总学时  | 48       |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 先修：市场营销学、广告学、视觉营销、新媒体营销<br>后续：大数据分析、网络营销、网店运营管理、毕业实习   |     |   |      |          |
| B<br>课程描述        | 本课程是一门适用数字媒体行业知识技能入门课,课程内容与行业动态紧密接轨。 课程将目前行业中基于短视频创作与直播电商平台应用的知识技能生动有趣地带给学生,帮助学生提升数字媒体素养和技术技能,让每一位学生都有机会运用数字媒体技术丰富自己的生活,创造更多就业创业的机会。   |     |   |      |          |
| C<br>课程目标        | （一）知识<br>1、从行业和职业两个方面，了解新媒体平台和内容营销相关知识。<br>2、掌握短视频平台的账号定位、IP 打造、选题与策划、脚本创作、视频拍摄与剪辑、运营变现等知识。<br>3、掌握直播电商的开播、开店、运营、商业变现等相关知识。<br>（二）能力<br>4、锻炼提升了文案创作、短视频拍摄剪辑等能力。<br>5、锻炼提升了直播表达的能力。<br>6、培养创新创造的能力。<br>（三）素养<br>7、学会用镜头发现新时代中的真、善、美，宣传积极正能量，培养社会责任感和责任感。<br>8、培养自我文化底蕴和艺术审美能力，学会用创新发展的眼光看待数字媒体行业和产品的能力。<br><br><b>【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。</b> |     |   |      |          |



|                                    |                |   |        |             |
|------------------------------------|----------------|---|--------|-------------|
| <b>D</b><br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求           | 毕业要求指标点   |        | 课程目标        |
|                                    | 专业知能           | A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。     |        | 课程目标1       |
|                                    | 实务技能           | B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。           |        | 课程目标2、3、4、5 |
|                                    | 应用创新           | C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。                                      |        | 课程目标6       |
|                                    | 协作整合           | D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。                             |        | 课程目标4、5     |
|                                    | 社会责任           | E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。 |        | 课程目标7、8     |
| <b>E</b><br>教学内容                   | 实习（实践）项目       |   | 实习地点   | 周数/学时分配     |
|                                    | 新媒体行业认知与职业兴趣挖掘 |   | 线上     | 4           |
|                                    | 新媒体账号定位与 IP 运营 |   | 线上     | 4           |
|                                    | 短视频创作的基础知识与技能  |   | 线上     | 4           |
|                                    | 爆款内容和选题的逻辑与方法  |   | 线上     | 4           |
|                                    | 短视频领域的商业变现     |   | 三明地区企业 | 12          |
|                                    | 直播电商行业认知       |   | 线上     | 4           |
|                                    | 直播电商的职业能力      |   | 三明地区企业 | 8           |
|                                    | 直播电商运营必备核心技能   |   | 三明地区企业 | 8           |
|                                    | 合 计            |   |        | 48          |

|                         |  |                |            |                                 |                      |             |
|-------------------------|--|----------------|------------|---------------------------------|----------------------|-------------|
| <b>F</b><br><b>教学方式</b> | <input type="checkbox"/> 现场指导 <input type="checkbox"/> 讨论座谈 <input type="checkbox"/> 问题导向学习 <input type="checkbox"/> 分组合作学习<br><input type="checkbox"/> 专题学习 <input type="checkbox"/> 实作学习 <input type="checkbox"/> 探究式学习 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式学习<br><input type="checkbox"/> 其他_____ |                |            |                                 |                      |             |
| <b>G</b><br><b>教学安排</b> | 次别   | 实习（实践）项目       | 支撑课程<br>目标 | 课程思政融入<br><b>（根据实际情况至少填写3次）</b> |                      | 教学方式<br>与手段 |
|                         |  |                |            | 思政元素                            | 思政目标                 |             |
|                         | 1  | 新媒体行业认知与职业兴趣挖掘 | 1          |                                 |                      | 线上线下混合式学习   |
|                         | 2  | 新媒体账号定位与 IP 运营 | 2          |                                 |                      | 线上线下混合式学习   |
|                         | 3  | 短视频创作的基础知识与技能  | 2、4、8      | 构图、拍摄                           | 发现新时代中的真、善、美，宣传积极正能量 | 线上线下混合式学习   |
|                         | 4  | 爆款内容和选题的逻辑与方法  | 2、4、6、7、8  | 内容与选题                           | 宣传积极正能量              | 线上线下混合式学习   |
|                         | 5  | 短视频领域的商业变现     | 2、4、6、7    | 商业模式与职业道德                       | 培养社会责任感和责任感。         | 现场指导        |
|                         | 6  | 直播电商行业认知       | 3、5        |                                 |                      | 线上线下混合式学习   |
|                         | 7  | 直播电商的职业能力      | 3、5、7、8    | 电商直播相关法律、法规                     | 培养社会责任感和责任感。         | 现场指导        |
|                         | 8  | 直播电商运营必备核心技能   | 3、5、7、     | 电商直播相关法律、法规                     | 培养社会责任感和责任感。         | 现场指导        |
| <b>H</b><br><b>评价方式</b> | 评价项目及配分  |                | 评价项目说明     |                                 | 支撑课程目标               |             |
|                         | 平时（50%）  |                | 参加抖音数字学堂考试 |                                 | 1-8                  |             |
|                         | 实习作品（50%）  |                | 利用学生实操作品评价 |                                 | 1-8                  |             |

|  |   |
|--|---|
| I<br>建议教材<br>及学习资料   | 抖音数字学堂提供学习资料  |
| J<br>教学条件<br>需求  | 手机、直播设备   |
| K<br>注意事项  |   |
| 备注：<br>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。<br>2. 评价方式可参考下列方式：<br>(1) 纸笔考试：现场小测、综合纸笔考试<br>(2) 实作评价：现场记录、日常表现、观察<br>(3) 档案评价：书面报告、实习总结<br>(4) 口语评价：现场口头报告 |   |
| 审批意见   | 课程教学大纲起草团队成员签名：<br><br><div style="text-align: right;">2023年2月10日</div>  |
|  | 专家组审定意见：<br><br><div style="text-align: right;">           专家组成员签名： <br/>           2023年2月11日         </div> |
|  | 学院教学工作指导小组审议意见：   |

|  |   |
|--|---|
|  | <div data-bbox="1165 235 1316 324" data-label="Text"><p>罗锦华</p></div> <div data-bbox="829 318 1136 360" data-label="Text"><p>教学工作指导小组组长：</p></div> <div data-bbox="1165 403 1367 443" data-label="Text"><p>2023年2月12日</p></div> |
|--|---|

# 宏观经济学教学大纲

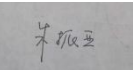

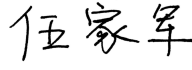

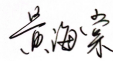
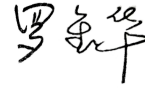
|              |  |     |    |        |        |
|--------------|--|-----|----|--------|--------|
| 课程名称         | 宏观经济学  |     |    | 课程代码   | 034017 |
| 课程类型         | <input type="checkbox"/> 通识课 <input checked="" type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input type="checkbox"/> 其他   |     |    | 授课教师   | 朱振亚    |
| 修读方式         | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |     |    | 学 分    | 2      |
| 开课学期         | 第二学期   | 总学时 | 32 | 其中实践学时 | 0      |
| 混合式课程网址      | 超星学习通  |     |    |        |        |
| A<br>先修及后续课程 | <b>先修课程：</b> 微观经济学<br><b>后续课程：</b> 金融市场学、当代世界经济与政治   |     |    |        |        |
| B<br>课程描述    | <p>宏观经济学是经济与管理类专业的专业基础课，与马克思主义政治经济学同属于理论经济学范畴。在经济与管理类学科占有重要地位。宏观经济学以整个国民经济作为研究对象，研究经济总量的决定及其变化规律。通过对国民经济总量相互关系的研究，揭示宏观经济运行中的矛盾、宏观经济变化规律以及政府的经济政策对国民经济的影响。通过宏观经济总量的分析，以为政府制定宏观经济政策提供理论依据。宏观经济学一般包括国民收入核算理论、国民收入均衡理论、经济增长理论、就业理论、通货膨胀理论、经济周期理论、经济政策理论等。</p>  |     |    |        |        |
| C<br>课程目标    | <p><b>（一）知识</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解宏观经济学的基础知识框架和分析逻辑；</li> <li>2. 理解和掌握宏观经济学的基本理论、基本概念和基本分析方法。</li> </ol> <p><b>（二）能力</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 运用宏观经济学进行批判性思维的能力；</li> <li>4. 观察、分析和解释现实生活中宏观经济现象和问题的能力；</li> <li>5. 运用现代信息技术手段进行宏观经济数据、资料挖掘、搜集和分析能力。</li> <li>6. 自主学习、自发思考、团队合作、组织协调等综合能力。</li> </ol> <p><b>（三）素养</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. 更客观、全面地认识和理解世界，树立正确的价值观、人生观和世界观，加强爱国主义情怀；</li> <li>8. 养成追求真理的精神、严谨细致的作风、理性人的思维和行为方式。</li> </ol> |     |    |        |        |

|                             |  |  |      |             |      |    |
|-----------------------------|--|--|------|-------------|------|----|
| D<br>课程目标与<br>毕业要求的<br>对应关系 | 毕业要求   | 毕业要求指标点  |      | 课程目标        |      |    |
|                             | A专业知能  | A1掌握系统扎实的专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。         |      | 课程目标1、2     |      |    |
|                             | C应用创新  | C1具有发掘、分析、应用理论解决实际问题的能力。                                 |      | 课程目标3、4、5、6 |      |    |
|                             | D协作整合  | D1具有良好的沟通交流、团队协作能力。                                      |      | 课程目标4、5、6   |      |    |
|                             | E社会责任  | E1具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。 |      | 课程目标7、8     |      |    |
| E<br>教学内容                   | 章节内容   |  |      | 学时分配        |      |    |
|                             |  |  |      | 理论          | 实践   | 合计 |
|                             | 第一章 宏观经济的基本指标及其衡量  |  |      | 4           |      | 4  |
|                             | 第二章 国民收入的决定：收入—支出模型  |  |      | 6           |      | 6  |
|                             | 第三章 国民收入的决定：IS—LM模型  |  |      | 6           |      | 6  |
|                             | 第四章 国民收入的决定：AD—AS模型  |  |      | 6           |      | 6  |
|                             | 第五章 失业、通货膨胀和经济周期   |  |      | 4           |      | 4  |
|                             | 第六章 宏观经济政策   |  |      | 4           |      | 4  |
|                             | 复习与答疑  |  |      | 2           |      | 2  |
|                             |  |  |      |             |      |    |
|                             |  |  |      |             |      |    |
|                             |  |  |      |             |      |    |
|                             |  |  |      |             |      |    |
|                             |  |  |      |             |      |    |
|                             | 合计   |  |      | 32          |      | 32 |
| F<br>教学方式                   | <div><div><input checked="" type="checkbox"/>课堂讲授</div><div><input checked="" type="checkbox"/>小组讨论</div><div><input checked="" type="checkbox"/>问题导向学习</div><div><input checked="" type="checkbox"/>分组合作学习</div><div><input type="checkbox"/>专题学习</div><div><input checked="" type="checkbox"/>演讲辩论</div><div><input checked="" type="checkbox"/>探究式学习</div><div><input checked="" type="checkbox"/>线上线下混合式学习</div><div><input type="checkbox"/>其他视频学习、学术前沿交流</div></div> |  |      |             |      |    |
| G                           | 授课   | 教学内容   | 支撑课程 | 课程思政融入      | 教学方式 |    |

| 教学安排 | 次别 |                      | 目标                    | 思政元素  | 思政目标  | 与手段                   |
|------|----|----------------------|-----------------------|---|---|-----------------------|
|      | 1  | 一国收入的衡量<br>(GDP)     | 课程目标<br>2、4、5、7、<br>8 | 通过视频展示我国GDP世界排名的变化和对比,以及新冠疫情后我国GDP增长率和其他国家的对比。  | 让学生直观感受到我国的快速发展,激发学生的爱国情感,加深对“中国梦”必将实现的认同。  | 视频教学<br>探索式教学<br>案例教学 |
|      | 2  | 一国收入的衡量<br>(GDP)     | 课程目标<br>2、7           | 举例说明毒品等非法交易不计入GDP。                              | 引导学生远离毒品,不参与非法活动,树立正确的价值观、人生观和世界观。          | 举例教学                  |
|      | 3  | 衡量生活的成本<br>(CPI)     | 课程目标<br>2、4、5、7       | 通过视频和案例进行疫情后中美两国CPI情况和两国政府采取措施对比。               | 展示我国政府一心为民的态度和决心,增强学生的民族自豪感和爱国主义情怀。         | 视频教学<br>“对比式”<br>案例教学 |
|      | 4  | 经济增长                 | 课程目标<br>1、4、6、8       | 中国经济要实现长期增长所需的动力以视频展示,如《大国崛起》等。                 | 提高教学内容的生动性和对经济事务的感知性,激励学生努力学习,为国家的兴旺发达做出贡献。 | 情景教学<br>(视频等)         |
|      | 5  | 生产和增长<br>(生产率)       | 课程目标<br>2、4、6、7       | 结合习总书记十九大报告中高质量发展的论述,融入视频并设问。                   | 融入习近平新时代中国特色社会主义思想,激发学生学习的热情,树立家国情怀。        | 视频教学<br>PBT           |
|      | 6  | 生产和增长<br>(经济增长的决定因素) | 课程目标<br>1、4、7         | 通过介绍我国铁路交通的发展史,讲述高铁技术对人们生活的影响,帮助学生理解技术对经济增长的作用。 | 让学生了解我国运输服务的快速发展,帮助学生建立爱国情怀。                | 案例教学<br>对比分析          |
|      | 7  | 储蓄、投资和金融体系<br>(储蓄)   | 课程目标<br>2、6、8         | 融入毛泽东、周恩来等勤俭节约的故事。                              | 让学生更深刻了解我国优秀传统文化传统“节俭”的意义。                  | 案例教学                  |

|           |          |               |   |                                    |   |                    |
|-----------|----------|---------------|---|------------------------------------|---|--------------------|
|           | 8        | 失业            | 课程目标<br>2、3、4、6、<br>7                   | 通过提问和讨论“失业对国家、家庭和个人产生哪些影响”，引发学生思考。 | 使学生认识到失业对国民经济产生的巨大损失以及作为大学生所负有的责任和大学生如何通过知识、能力和素质的提高推进社会进步。       | 讨论式教学<br>PBT       |
|           | 9        | 开放经济理论        | 课程目标<br>1、4、5、6、<br>7                   | 结合中美贸易战。                           | 让学生深刻认识这场贸易战的本质,引导学生进一步认清资本主义国家本质,从而坚定走中国特色社会主义道路的信心和决心,增强“四个自信”。 | 现象教学<br>小组合作讨论     |
|           | 10       | 总需求和总供给       | 课程目标<br>1、4、7                           | 结合供给侧结构性改革案例。                      | 让学生了解国家提高社会生产力水平,落实好以人民为中心的发展思想。                                  | 案例教学               |
|           | 11       | 宏观经济政策的六个争论问题 | 课程目标<br>1、3、4、6、<br>7、8                 | 通过辩论等方式对宏观经济政策支持和反对进行对比。           | 提高学生运用经济知识进行批判性思维的能力,更好的了解国家政策的目的和意义。                             | 对比分析<br>辩论<br>案例教学 |
| H<br>评价方式 | 评价项目及配分  |               | 评价项目说明                                  |                                    | 支撑课程目标  |                    |
|           | 平时 (40%) |               | 考勤 (10%)<br>学习过程及互动 (10%)<br>综合作业 (20%) |                                    | 课程目标1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8  |                    |
|           | 期中 (0%)  |               |   |                                    |   |                    |
|           | 期末 (60%) |               | 期末纸笔考试                                  |                                    | 课程目标1. 2. 3. 4. 6. 7. 8   |                    |




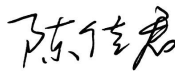


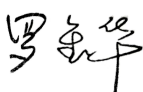
|  |  |
|--|--|
| <p>I<br/>建议教材<br/>及学习资料</p>  | <p>1. 教材：马克思主义理论研究和建设工程重点教材《西方经济学（第二版）下册》，《西方经济学》编写组，高等教育出版社、中国人民大学出版社</p> <p>2. 参考书目</p> <p>（1）西方经济学（宏观部分），高鸿业，人民大学出版社</p> <p>（2）Macroeconomics for today. Irvin B. Tucker.</p> <p>3. 在线视频资料</p> <p>（1）MRU经济学原理：宏观经济学</p> <p>（2）可汗学院公开课：宏观经济学-网易公开课</p>   |
| <p>J<br/>教学条件<br/>需求</p>   | <p>课堂教学条件需求：多媒体教室</p> <p>学生自学条件需求：超星学习通、手机或电脑</p>  |
| <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>（1）纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试</p> <p>（2）实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察</p> <p>（3）档案评价：书面报告、专题档案</p> <p>（4）口语评价：口头报告、口试</p> |  |
| <p>审批意见</p>  | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <br/>毕振玉 </div> <div style="text-align: center;"> <br/>张纳 </div> <div style="text-align: center;"> <br/>伍家军 </div> </div> <div style="text-align: right;">2023年2月10日</div> |
|  | <p>专家组审定意见：</p> <div style="text-align: center;"> <br/>罗海荣 </div> <div style="text-align: right;"> <p>专家组成员签名：  罗海荣</p> <p>2023年2月11日</p> </div>   |
|  | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <div style="text-align: right;"> <br/>罗海荣<br/>教学工作指导小组组长： </div> <div style="text-align: right;">2023年2月11日</div>  |

## 商业软件（二）教学大纲

|                  |  |         |   |      |          |
|------------------|--|---------|---|------|----------|
| 课程名称             | 商业软件2  |         |   | 课程代码 | 03460202 |
| 课程类型             | <input type="checkbox"/> 通识课 <input type="checkbox"/> 学科平台和专业核心课<br><input type="checkbox"/> 专业方向 <input type="checkbox"/> 专业任选 <input checked="" type="checkbox"/> 其他   |         |   | 授课教师 | 郑庆伟      |
| 修读方式             | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修   |         |   | 学 分  | 1        |
| 开课学期             | 6  | 总周数     | 1 | 总学时  | 24       |
| A<br>先修及后续<br>课程 | 先修：市场营销学、新媒体营销<br>后续：大数据分析、毕业实习  |         |   |      |          |
| B<br>课程描述        | 本课程让学生能够理解数据化运营知识、方法和技巧。能够明确数据化运营目标、搭建数据分析指标体系并验证，能够编制数据化运营方案并能够跟踪实施，开展市场、运营、产品业务的综合分析，及时发现数据异常，提出业务数据分析优化办法，撰写数据综合分析报告。同时针对数据化运营结果，提出运营提升建议、理念创新、方法创新、模式等创新。  |         |   |      |          |
| C<br>课程目标        | （一）知识<br>1、能够识别大数据在电子商务中的典型应用；<br>2、掌握电子商务数据化管理的一般流程；<br>3、能对指标进行拆解并确定分析维度；<br>（二）能力<br>4、掌握电子商务数据分析模型构建的方法；<br>5、掌握数据分析模型应用，能够对市场、运营、产品等业务数据进行综合分析；<br>6、能够基于业务数据分析结果，优化数据指标、分析方法、分析模型；<br>7、能够结合业务现状，对市场、运营、产品等数据进行交叉、多维度分析；<br>（三）素养<br>8、具备法律意识，尊重公民隐私，不侵犯公民合法权益；<br>9、具备严谨的数据分析态度，在数据分析过程中遵守职业道德；<br>10、培养并践行社会主义核心价值观。<br><b>【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。</b> |         |   |      |          |
| D<br>课程目标与       | 毕业要求   | 毕业要求指标点 |   | 课程目标 |          |

|               |   |   |      |             |         |      |
|---------------|---|---|------|-------------|---------|------|
| 毕业要求的<br>对应关系 | 专业知能  | A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。     |      | 课程目标1、2、3   |         |      |
|               | 实务技能  | B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。           |      | 课程目标4、5、6、7 |         |      |
|               | 应用创新  | C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。                                      |      | 课程目标6、7     |         |      |
|               | 协作整合  | D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。                             |      | 课程目标8、9、10  |         |      |
|               | 社会责任  | E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。 |      | 课程目标8、9、10  |         |      |
| E<br>教学内容     | 实习（实践）项目  |   | 实习地点 |             | 周数/学时分配 |      |
|               | 模块一 大数据与电子商务数据化管理   |   | 实验室  |             | 4       |      |
|               | 模块二 电子商务数据分析指标体系制定  |   | 实验室  |             | 4       |      |
|               | 模块三 数据化运营方案制定与实施  |   | 实验室  |             | 4       |      |
|               | 模块四 业务数据综合分析  |   | 实验室  |             | 4       |      |
|               | 模块五 数据综合分析报告撰写  |   | 实验室  |             | 4       |      |
|               | 模块六 数据化运营创新   |   | 实验室  |             | 4       |      |
|               | 合 计   |   |      |             | 24      |      |
| F<br>教学方式     | <div><div><input type="checkbox"/>现场指导</div><div><input type="checkbox"/>专题学习</div><div><input type="checkbox"/>其他_____</div></div> <div><div><input type="checkbox"/>讨论座谈</div><div><input checked="" type="checkbox"/>实作学习</div></div> <div><div><input checked="" type="checkbox"/>问题导向学习</div><div><input type="checkbox"/>探究式学习</div></div> <div><div><input type="checkbox"/>分组合作学习</div><div><input type="checkbox"/>线上线下混合式学习</div></div> |   |      |             |         |      |
| G             | 次别  | 实习（实践）项目  | 支撑课程 | 课程思政融入      |         | 教学方式 |

| 教学安排               |                |                    | 目标         | (根据实际情况至少填写3次) |               | 与手段  |
|--------------------|----------------|--------------------|------------|----------------|---------------|------|
|                    |                |                    |            | 思政元素           | 思政目标          |      |
|                    | 1              | 模块一 大数据与电子商务数据化管理  | 1、2、3      | 电子商务发展         | 民族自信          | 现场指导 |
|                    | 2              | 模块二 电子商务数据分析指标体系制定 | 1、2、3      |                |               | 现场指导 |
|                    | 3              | 模块三 数据化运营方案制定与实施   | 4、5、6、7    |                |               | 现场指导 |
|                    | 4              | 模块四 业务数据综合分析       | 4、5、6、7    | 数据安全           | 提升法律责任        | 现场指导 |
|                    | 5              | 模块五 数据综合分析报告撰写     | 4、5、6、7    |                | 。             | 现场指导 |
|                    | 6              | 模块六 数据化运营创新        | 8、9、10     | 数据化运营          | 培养社会责任心和社会责任感 | 现场指导 |
| H<br><br>评价方式      | 评价项目及配分        |                    | 评价项目说明     |                | 支撑课程目标        |      |
|                    | 平时（30%）        |                    | 出勤、课堂表现    |                | 1-10          |      |
|                    | 报告（50%）        |                    | 利用学生实操作品评价 |                | 1-10          |      |
| I<br><br>建议教材及学习资料 | 电子商务数据分析概论（高级） |                    |            |                |               |      |
| J<br><br>教学条件需求    | 机房             |                    |            |                |               |      |
| K<br><br>注意事项      |                |                    |            |                |               |      |

|      |   |
|------|---|
|      | <p>备注：</p> <p>1. 本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。</p> <p>2. 评价方式可参考下列方式：</p> <p>(1) 纸笔考试：现场小测、综合纸笔考试</p> <p>(2) 实作评价：现场记录、日常表现、观察</p> <p>(3) 档案评价：书面报告、实习总结</p> <p>(4) 口语评价：现场口头报告</p>   |
| 审批意见 | <p>课程教学大纲起草团队成员签名：</p> <p>郑庆伟  陈佳君 </p> <p style="text-align: right;">2023年2月10日</p>  |
|      | <p>专家组审定意见：</p> <p></p> <p style="text-align: right;">2023年2月11日</p> <p style="text-align: center;">       专家组成员签名：  </p> |
|      | <p>学院教学工作指导小组审议意见：</p> <p style="text-align: right;">罗永华 </p> <p style="text-align: right;">教学工作指导小组组长：</p> <p style="text-align: right;">2023年2月12日</p>   |