

附 1-1

广东工贸职业技术学院精品在线开放课程

申报书

所属系部 经济贸易系

课程名称 电子商务实务

申报网站 http://jx.gdgm.cn/skills/wv/38766829

课程类别 专业基础课 专业核心课

所属专业 电子商务

课程负责人 方文超 (签字)

申报日期 2018.4

2018 年

填写要求

1. 以 word 文档格式如实填写各项。
2. 表格文本中外文名词第一次出现时，要写清全称和缩写，再次出现时可以使用缩写。
3. 本表栏目未涵盖的内容，需要说明的，请在说明栏中注明。
4. 如表格篇幅不够，可另附纸。
5. 标有“签字”的地方，需要手写签名，扫描成图片格式替换到相应位置。

1. 课程负责人情况

1-1 基本信息	姓 名	方文超	性 别	男	出生年月	1983.6
	学 历	硕士研究生	学 位	硕士	电 话	18312426532
	专业技术职务	副教授	行 政 职 务		传 真	
	院 系	经济贸易系		E-mail	fangwc163@126.com	
	地 址	广州市广州大道北 963 号			邮 编	510510
1-2 近 5 年相 关课程主 讲情况	课程名称		课程类别	授课对象	周学时	听众数/年
	电子商务实务		专业基础课	2013 级电子商务	4	291
	电子商务实务		专业基础课	2014 级电子商务	4	116
	电子商务实务		专业基础课	2010 级电子商务	4	45
	电子商务实务		专业基础课	2011 级电子商务	4	185
	电子商务实务		专业基础课	2012 级电子商务	4	186
1-3 教学改革 研究情况	<p>主持的教学改革研究与实践课题（含课题名称、来源、年限）（不超过五项）；作为第一署名人在国内外公开发行的刊物上发表的教学研究论文（含题目、刊物名称、时间）（不超过十项）；获得的教学表彰/奖励（不超过五项）。</p> <p>主持的教学研究课题： 基于产业链的高职电子商务专业群建设研究，主持，广东省高职商业教指委，2015 基于立体化视角的高职电子商务专业实训体系研究，主持，广东省高职管理教指委，2015 高职院校学生职业能力测评实践研究，主持，广东省教育研究院、2014 区域产业结构升级视角下的高职电子商务人才培养模式研究——以珠江三角洲为例，主持，广东省高等职业技术教育研究会、2014</p> <p>作为第一署名人在国内外公开发行的刊物上发表的教学研究论文： 充分利用课余时间的高职电子商务专业实训体系探讨，独撰，职业教育，2014.07 高校电子商务专业课程建设的探讨，独撰，现代企业教育，2011.12</p> <p>获得的教学表彰/奖励： 全国职业院校技能大赛高职组“电子商务技能”广东省选拔赛 2015 三等</p>					

	<p>奖</p> <p>“挑战杯”广东大学生创业计划竞赛 2014 铜奖</p> <p>全国大学生企业经营管理沙盘模拟大赛广东省赛区竞赛 2011 团队二等奖 优秀指导教师奖</p> <p>全国大学生企业经营管理沙盘模拟大赛广东省赛区竞赛 2012 团队三等奖 优秀指导教师奖</p> <p>全国职业院校技能大赛高职组“电子商务技能”广东省选拔赛 2015 三等奖</p> <p>“挑战杯”广东大学生课外学术科技作品竞赛 2015 三等奖</p> <p>骨干教师 2015 广东工贸职业技术学院</p> <p>近五年来承担的技术开发与服务（培训）项目及效果： 承担广州爵凰商贸有限公司信息管理工作，信息管理工作富有成效，所规划和设计的信息系统运行良好，为企业带来良好的效益。</p> <p>在国内外公开发行刊物上发表的专业论文： 基于改进蚁群算法的物流配送优化研究，独撰，渤海大学学报(哲学社会科学版)，2014.11</p> <p>基于产品差异和第三方回收的再制造闭环供应链模型，独撰，广东技术师范学院学报，2014.05</p> <p>我国知识密集型服务业的市场结构分析——以软件业为例，独撰，嘉应学院学报，2014.01</p> <p>基于粒子群算法的物资配送优化研究，独撰，西安石油大学学报(社会科学版)，2015.06</p> <p>基于支持向量机的管理信息系统故障识别模型研究，独撰，齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版)，2014.09</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2. 教学团队其他教师情况（包括其他主讲教师、助教、技术支持等）

	姓名	出生年月	专业技术职务	专业领域	签字
2-1 基本信息 ¹	邱秀芳	1970.3	教授	电子商务	
	吴浩	1982.10	讲师	电子商务	
	李波	1970.9	讲师	电子商务	

¹若其他教师非本校教师，请在备注栏填写受聘教师类别及实际工作单位。

	谷少永	1982.8	讲师	电子商务	
	孙静	1986.11	讲师	电子商务	
	廖晓虹	1975.3	副教授	电子商务	
	陈海萍	1980.1	讲师	电子商务	
	熊微	1978.5	讲师	电子商务	
2-2 教学改革研究情况	主持的教学改革研究与实践课题(含课题名称、来源、年限)(每人不超过五项);作为第一署名人在国内外公开发行的刊物上发表的教学研究论文(含题目、刊物名称、时间)(每人不超过十项);获得的表彰/奖励(每人不超过五项)。				
	教学改革、教学研究成果		下达单位		时间
	基于产业链的高职电子商务专业群建设研究		广东省高职商业教指委		2015.09
	基于立体化视角的高职电子商务专业实训体系研究		广东省高职管理教指委		2015.09
	高职院校学生职业能力测评实践研究		广东省教育研究院		2014.07
	区域产业结构升级视角下的高职电子商务人才培养模式研究——以珠江三角洲为例		广东省高等职业技术教育研究会		2014.10
	京东、天猫旗舰店美工培训项目		广东工贸职业技术学院		2015.06
	高职教育教学质量工程——电子商务重点专业		广东工贸职业技术学院		2015.06
	高职教育教学质量工程——电子商务专业实训基地		广东工贸职业技术学院		2015.06
	高职教育教学质量工程——电子商务专业教学团队		广东工贸职业技术学院		2015.06

	高职教育教学质量工程——网络营销实务课程教学团队	广东工贸职业技术学院	2015.06
--	--------------------------	------------	---------

3. 申报条件符合情况

(不超过 400 字)

本课程包含完整的教学内容和教学活动，包括教学设计、教学实施、教学过程记录、教学评价等环节，能够支持线上教学或线上线下混合教学。本课程由五位专职教师和两位兼职教师组成，整体结构优化，年龄、职称结构合理，专兼职结合，实践经验丰富，专业优势互补，知识结构全面。本课程以服务课程教与学为重点，以课程资源的系统、完整为基本要求，以资源丰富、充分开放共享为基本目标，注重课程资源的适用性和易用性。

1. 教师队伍中双师比例

本课程教学团队中专任教师具有“双师”素质占总数的 71%，同时本课程教学队伍还聘请了行业、企业一线的知名专家、能工巧匠参与课程实训与实习指导。

2. 教师队伍中专兼职教师比例

本课程教学团队中有专职教师 5 名，来自行业、企业一线的兼职教师 2 名，专兼职比例为：5:2。

3. 教师队伍的学缘结构

本课程教学团队教师学缘结构合理，其中 5 名专职教师分别毕业于国内知名高校电子商务等相关专业，能较好地将多学科、多领域的知识体系互补，有利于课程建设过程中不断创新思维。同时，兼职教师也分别从行业和相关企业聘请，能全面、专业的指导学生的实践。

4. 教师队伍的年龄结构

年龄段（岁）	人数	百分比
41-50	2	28.6%
31-40	5	71.4%

5. 教学团队学历结构

学历	人数	百分比
研究生	5	28.6%
本科	2	71.4%

6. 教学团队职称及职业资格结构

职称	人数	百分比
副教授(含同等职称)	1	15%
讲师(含同等职称)	6	85%

7. 近五年青年教师师资培养措施及成效

教师队伍的培养和成长是课程教学质量的重要保证。我们着力采取了以下措施：

第一，制定职称晋升计划，保证职称结构和教师梯队的合理性。课程组成员都制定了自我发展五年计划，设定学历、职称提高的目标，目前有1人列入“千百十工程”培养计划，4名青年教师成为院级中青年骨干教师。今后将有计划地选送课程组成员去国内著名高校进修深造或参加培训，以不断吸收新知识、新信息，保证及时更新教学内容。目前课程组教师已参加的培训见下表：

第二，制定职业能力提高计划，以满足实践教学的需要。

有计划的安排课程组成员下企业学习，掌握社会的用人需求和相应管理岗位技能要求，同时要求课程组教师直接参与学生的毕业顶岗实习的指导。

第三，实施“导师制”。根据学院导师制的要求，青年教师必须与教学经验丰富的老教师“结对”，进行传帮带，由老教师积极向下传授自己在理论和实践教学环节的经验，而年轻教师积极承接老教师的成功经验和方法。从近几年的教学和科研情况看，中青年教师在导师的指导下，都能胜任所承担的工作，综合素质提高快，效果好。

第四，构建双师型教学团队，全力培养一批名师、名教。争取用1-2年时间，造就一支有相当学术水平、具有“双师”素质、师德高尚的名师队伍。

4. 课程情况

4-1 课程视频资源情况

课程名称	电子商务实务			
视频数量	10	预计总时长	450	
视频情况	序号	知识点（技能点）名称	时长	主讲教师
	1	电子支付	45	方文超
	2	网上购物	45	方文超
	3	C2C 网上开店	45	方文超
	4	B2B 网上采购与销售	45	方文超
	5	网络营销	45	方文超
	6	电子商务物流管理	45	方文超
	7	电子商务安全技术	45	李波
	8	电子商务项目规划和建设	45	谷少永
	9	电子商务网站建设	45	孙静
	10	电子商务创新	45	廖晓虹

4-2 课程描述

4-2-1 课程建设基础（目前本课程的开设情况，开设时间、年限、授课对象、授课人数，以及相关视频情况和面向社会的开放情况）

目前本课程的开设时间是 2009 年，年限是 7 年，授课对象是电子商务专业，授课人数是 823 人。

本课程正在积极建设视频，转化为精品在线开放课程。本课程面向社会开放。

申报“《电子商务实务》精品在线开放课程”是以“电子商务省级二类品牌专业建设”为依托基础，在品牌专业建设建设思路上的思考将会更加适应新的高等职业教育环境。申报人所在单位已经对高职电子商务专业建设进行多年系统性探索，具有一定的经验积累。由于我们较成熟的思考，使电子商务专业毕业生深受企业的好评。在省级品牌专业建设的基础上，历经多年的探索，我们相信进一步的研究将会有理论的价值和实践的意义。课题负责人长期深入研究高职电子商务专业建设等问题，积累了丰富的经验，这为本课题的研究奠定了基础。

4-2-2 课程设计（每章节教学目标、教学设计与方法、教学活动与评价等）

本课程教学内容的设置遵循国家职业资格认证对电子商务师职业岗位的知识、能力、素质要求，结合企业电子商务实际业务流程进行设计，主要包括电子商务基本框架、B2B 业务流程、B2C 业务流程、C2C 业务流程、电子商务安全、电子支付、电子商务物流、网络营销与策划等内容，并根据电子商务的发展及时更新教学内容，使学生通过本课程的学习，能够了解电子商务的现状和发展趋势，掌握电子商务活动的基本概念、原理和方法，具备从事电子商务工作的基本技能，为学生后续课程的学习及电子商务相关职业能力可持续发展奠定良好的理论和实践基础。

根据课程内容和学生特点，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教、学效果。

1. 角色扮演、启发引导式教学方法

在课堂教学的基础上，加强实践教学环节的训练，通过例题讲解和习题练习，加深学生对基本概念的理解；同时配有足够数量的实践内容，以巩固和提高学生对电子商务理论、方法和技术的理解。实践手段丰富多样，包括案例讲解、多媒

体演示、网上模拟实验、角色扮演和课堂小组讨论等，强化对电子商务交易过程的整体认识。实践证明，多样化的教学方法可以激发学生的学习积极性，避免理论学习与实际的脱节，引导学生主动思考和探索，使学生成为学习的主动者。

2. 现代教学技术手段的应用

充分利用现代信息技术，通过虚拟的仿真教学环境和真实的网络教学环境结合，引导学生积极思考、勤于实践，提高教学效果。

3. 虚拟的仿真教学环境

模拟实验与网上真实实验结合，同时在确定实验课教学内容时，安排了任务型实验让学生主动去发现问题解决问题，培养学生独立分析问题和解决问题的能力。例如在 B2B 实验中采用任务驱动法，在实验之前进行学生角色分配，部分学生模拟企业完成产品生成与发布，部分同学模拟商场进行产品采购。完成之后再互换角色。

4. 网络资源在线使用

根据电子商务特有的适合网络教学的优势，充分利用网络资源开展教学活动，引导学生直接进入互联网，学习不同的电子商务模式及企业案例，拓宽学生的视野，提高学生的实践能力。

5. 网络教学资源 and 硬件环境

网络教学资源丰富，架构合理，硬件环境能够支撑网络课程的正常运行，并能有效共享。

4-2-3 相关教学资源储备情况

加强实践技能训练，是实现职业能力培养的重要环节。本课程具有良好的校内实践教学环境，电子商务实验室从硬件到软件均能满足课程的实践教学要求：

1. 硬件资源

电子商务实验室面积 120 平方米，计算机 80 台，网络设备 1 套，多媒体 1 套。

2. 软件资源

电子商务实验室拥有浙科电子商务模拟教学软件 1 套，中鸿网略国家电子商务师考试培训软件 1 套。软件能够完整地模拟企业常见的电子商务业务模式操作。包括 B2B、B2C、C2C、网络营销、网上支付、物流配送等。通过对软件的操作，可以使学生更好地理解电子商务业务流程，掌握电子商务岗位所需的各种基本操作技能，加强对电子商务业务的感性认识。

因特网使用方便，在模拟实验的基础上，结合课程特点，充分利用因特网上的免费资源，开展各类真实的网上实验，例如网上银行的申请与使用、淘宝网店的申请注册、BBS 的建立与管理、博客的建立与管理、数字证书下载安装等。通过在真实网络环境中的电子商务操作，让学生了解和掌握最新的电子商务应用，开阔视野，激发兴趣，体现教学的开放性。

5. 评价反馈

5-1 自我评价（本课程的主要特色介绍、影响力分析，国内外同类课程比较）

（1）课堂教学方法多样化

根据课堂教学内容选择不同的课堂教学方法，包括故事教学、案例教学、模拟演练、管理游戏培训、拓展等各种教学方法，强调各种方法的综合利用，构建合理的教学方法体系。

（2）实践教学注重操作性、开放性和职业性

加强实践教学体系的研究和设计，结合电子商务专业培养目标及实际工作岗位相应技能要求设计实训项目，让学生深入企业、深入市场，创新了课内与课外相结合，注重操作性、开放性和职业性。

(3) 注重学生可持续发展能力培养

教学过程中兼顾理论性与实践性相结合，让学生具备八大管理基本技能，在就业时拥有企业管理一线人员的基本素质，并在企业成长为企业中层管理者。

(4) 集趣味性与知识性于一体

课程教学中采用多种教学方式，提高学生的课堂参与度，并将丰富的企业案例融入到课堂讲授中，寓教于乐。

5-2 学生评价（如果本课程已经面向学生开设，填写学生的评价意见）

《电子商务实务》课程建设工作是扎实、有效的，师资队伍结构合理，能胜任该课程的教学和科研任务。教学目的明确，课堂教学、教案设计合理，使学生通过模拟演练、结合案例教学，掌握知识，提升素质和技能。课程网站建设中数据库资料较丰富，有自己的特色。结合电子商务行业特色，设计企业调研、任务教学、开展实训教学，有利于培养学生解决问题、分析问题的能力，有创意。总体看，课程建设成效明显，达到了精品课程建设要求。

广东工贸职业技术学院 12 电商杨纯

《电子商务实务》课程建设定位准确、建设思路清晰、师资队伍结构合理，注重能力为本，理论联系实际，课堂教学形式多样，并结合电子商务行业特色开展实践、实训、有创意。通过教学对增强学生管理素养和管理技能有很好的促进作用，课程建设工作有特色，达到了精品课程建设的要求。

广东工贸职业技术学院 11 电商陈社长

5-3 社会评价（如果本课程已经全部或部分向社会开放，请填写有关人员的评价）

校外实习基地广东骆驼服饰有限公司项目经理熊微评价意见：该课程是一门真正锻炼学生能力的基础课程，通过课程体系设计和教学方法的创新极大的调动了学生对管理理论学习的性趣，课程实训的设计对学生团队协作和竞争意识的培养起到极大的作用。课程内容与现实企业工作岗位联系紧密。电子商务专业学生在我们公司见习期间，虽然工作经验不足，但表现出极大的工作热情和较好的人际沟通的能力。工作中展现出来的组织协调能力、活动策划能力及领导能力与基础课程的学习是分不开的。

校外实习基地广州市汇尚网络科技有限公司经理封春燕对本课程的评价如下：该课程培养目标清晰，课程体系设计合理，课程内容丰富详实，教学团队实力雄厚，结构合理，通过本课程的学习，学生能够掌握电子商务岗位所要求的组织策划能力、沟通协调能力和团队领导能力。

6. 建设方案要点

6-1 建设目标

《电子商务实务》精品在线开放课程围绕高等职业教育培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高技能人才的培养目标，参照人力资源和社会保障部颁布的《电子商务师国家职业标准》进行设置。本课程是电子商务专业的专业基础课，也是电子商务专业的入门课程。学生在学习本课程之前学习了《计算机文化基础》、《管理学》、《市场营销学》、《会计学》等经管类专业基础课程，具备了从事现代商务活动所必须的基本理论知识与技能。通过本课程的学习，可以使学生了解互联网环境下的商务活动即电子商务所需要的基础知识，建立对电子商务基本框架的初步认识与理解，为后续专业课程如《网络营销》、《电子商务物流》的学习打下必要的知识基础，同时通过本课程的学习，还可以使学生掌握从事电子商务所需要的基本技能，对学生职业能力培养和职业素养养成奠定必要的技能基础。电子商务专业课程体系围绕高等职业教育培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高技能人才的培养目标，参照人力资源和社会保障部颁布的《电子商务师国家职业标准》进行设置。本课程是电子商务专业的专业基础课，也是电子商务专业的入门课程。学生在学习本课程之前学习了《计算机文化基础》、《管理学》、《市场营销

学》、《会计学》等经管类专业基础课程，具备了从事现代商务活动所必须的基本理论知识与技能。通过本课程的学习，可以使学生了解互联网环境下的商务活动即电子商务所需要的基础知识，建立对电子商务基本框架的初步认识与理解，为后续专业课程如《网络营销》、《电子商务物流》的学习打下必要的知识基础，同时通过本课程的学习，还可以使学生掌握从事电子商务所需要的基本技能，对学生职业能力培养和职业素养养成奠定必要的技能基础。

6-2 建设内容

《电子商务实务》精品在线开放课程遵循高职学生职业能力培养的基本规律，以真实工作任务及其工作过程为依据整合、序化教学内容，科学设计学习性工作任务，教、学、做结合，理论与实践一体化，实训、实习等教学环节设计合理。每一部分理论教学内容均安排有对应实践环节，使学生在深入理解电子商务技术的基本概念和原理的同时，掌握运用所学知识开展商务活动的技能，课程结束后学生还可参加电子商务师职业技能鉴定，取得相应职业资格证书。

本课程遵循以职业能力培养为重点，基于工作过程进行课程开发与设计的理念，体现了职业性、实践性和开放性的要求。具体表现在：1. 职业性：在理论教学过程专门安排了电子商务职业岗位和职业道德知识的讲解，并结合典型案例进行分析，培养学生对电子商务职业的认识，树立正确的职业观。在实践教学中利用电子商务模拟教学软件为学生营造一个模拟的电子商务职业环境，学生通过操作软件，培养常见电子商务职业岗位必备的基本职业能力包括技术操作能力、分析决策能力、表达沟通能力、团队协作能力等；2. 实践性：本课程在教学中坚持精讲多练，注重学生实践能力的培养。为提高实践教学质量，本课程专门制订了实践教学大纲和实验指导书，内容包括 B2B、B2C、C2C 等基本电子商务模式业务操作，学生自由分组，轮流担任业务模式中的各个角色，在教师的指导下，共同完成实践教学任务；学生在

完成每个实验任务后都要接受教师检查考核，成绩计入学生的课程成绩；3. 开放性：本课程充分利用因特网上的免费资源，开展各类真实的网上实验，例如网上银行的申请与使用、淘宝网店的申请注册、BBS 的建立与管理、博客的建立与管理、数字证书下载安装等。通过在开放网络环境中的电子商务操作，让学生了解和掌握最新的电子商务应用。

本课程遵循以职业能力培养为重点，基于工作过程进行课程开发与设计的理念，体现了职业性、实践性和开放性的要求。具体表现在：1. 职业性：在理论教学过程专门安排了电子商务职业岗位和职业道德知识的讲解，并结合典型案例进行分析，培养学生对电子商务职业的认识，树立正确的职业观。在实践教学中利用电子商务模拟教学软件为学生营造一个模拟的电子商务职业环境，学生通过操作软件，培养常见电子商务职业岗位必备的基本职业能力包括技术操作能力、分析决策能力、表达沟通能力、团队协作能力等；2. 实践性：本课程在教学中坚持精讲多练，注重学生实践能力的培养。为提高实践教学质量，本课程专门制订了实践教学大纲和实验指导书，内容包括 B2B、B2C、C2C 等基本电子商务模式业务操作，学生自由分组，轮流担任业务模式中的各个角色，在教师的指导下，共同完成实践教学任务；学生在完成每个实验任务后都要接受教师检查考核，成绩计入学生的课程成绩；3. 开放性：本课程充分利用因特网上的免费资源，开展各类真实的网上实验，例如网上银行的申请与使用、淘宝网店的申请注册、BBS 的建立与管理、博客的建立与管理、数字证书下载安装等。通过在开放网络环境中的电子商务操作，让学生了解和掌握最新的电子商务应用。

6-3 建设举措：建设举措，进度安排，保障措施，预期效益或标志性成果，辐射带动等。

建设举措：

本课程重视学生在校学习与实际工作的一致性，根据教学内容的特点，有针对性地采取案例教学、任务驱动，注重讲练结合，课内课外结合，着力将学生引入到一个工作过程中，更地地培养既懂电子商务理论又精于电子商务实践的技能型人才。例如在讲企业电子商务应用时，通过对海尔、联想等知名企业的案例进行分析讨论，加深学生对概念的理解与应用；在具体操作业务流程时，把实验任务描述成一项工作任务，让学生带着任务去做实验，既目标明确又激发了学生的学习兴趣。又如在C2C实验中采用任务驱动法，在实验之前先构建一件商品的拍卖活动内容，组织实施时进行学生角色分配，分别担任买家、卖家和拍卖中介，进行商品的竞拍操作，完成之后再互换角色实验。在综合实训时，则将课堂和实习地点一体化，教学辅导与学生实践同时进行，提高教学内容学习的有效性。

进度安排：

2018.6-2018.9 成立课题组，专家指导

2018.10-2019.10 课程建设，调研，专家论证

2019.11-2020.12 完善课程建设，结题

保障措施：

校企共同进行行业、企业调研，依据电子商务领域和职业岗位（群）的任职要求，参照电子商务专业相关的职业资格标准，动态调整课程内容设置，确定专业核心技能，进行课程教学改革，同时将创新创业植入教学体系，突出跨境电商特色。

预期效益或标志性成果：

建成《电子商务实务》精品在线开放课程

辐射带动：

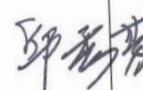
根据学院“一主两翼”专业集群整体布局，电子商务专业群属于两翼中的商务服务专业集群。本课程依托电子商务专业，辐射其他相关专业课程，将以“服务发展”为基本原则，主动面向广东省经济社会发展的重点领域和重大发展战略，服务于创新发展战略，服务于自贸区建设，打造特色专业课程。

7. 建设经费预算

支出项目	预算金额（元）
一般业务费	1000
教学仪器、设备、耗材、图书资料、教学软件等购置费	4000
教材建设与出版费、教学改革与研究及论文出版费等	2000
课程网站、课程录像、试题库等项目建设费用及专家咨询费	3000
合计	10000

注：建设经费预算参见《教学质量与教学改革工程项目管理办法（试行）》的有关要求。

8. 系部推荐意见

<p>同意</p> <p> (盖章)</p> <p>系部负责人签字: </p> <p>2018年4月12日</p>
