

《商务策划》课程标准

(1) 【总体说明】

课程编码	19022	学习领域	9	课程类别	必修课	适用对象	商务管理专业
开设学期	5	学时/学分	32/2	编制人	郑斌	审核人	杨慧
				编制时间	2013. 12	审核时间	2014. 1
学习目标	1、职业能力：具有商务策略制订的能力；出影视及平面创意的能力；商务策划书撰写及执行的能力。 2、学习能力：商务策划基本知识，商务创意基本知识。 3、基本素质：较强的沟通协作、协调，良好的团队精神、口头与书面表达能力、心理承受能力、工作责任感和创新精神等。						
教学内容	我们把商务策划课程设置为四个模块，即(1)、商务业务流程学习 (2)、企业商务案例编写 (3)、商务策划方案编制 (4)、商务实战训练。四个模块一脉相承，紧紧围绕企业商务实践这个主题。 4 个模块的关系： (1) 熟悉企业商务业务流程是后 3 个模块学习的基础 (2) 企业商务案例编写是商务业务流程在企业的实际应用 (3) 商务案例策划是商务业务流程学习的提升 (4) 体验式商务实战是感悟商务业务流程的有效途径						
学习情境	序号	情境描述				情境类别（必修、可选）	学时分配
	1、商务市场调查	知识基础（掌握）： 商务环境调查、商务事前、事中、事后效果预测。				必修	2
		能力训练（应用）： 通过观察法、实验法、访问法进行市场调查。信息收集、整理、分析、结论与建议并撰写调查报告。				必修	2

		内容拓展（理解与了解）： 市场调查公司各种服务类型的介绍。	可选	2
	2、商务策略策划	知识基础（掌握）： 各种商务策略类型的特点。	必修	2
		能力训练（应用）： 各种商务策略类型的选择方法。	必修	4
		内容拓展（了解）： 不同的名人适合做哪个行业的商务代言。	可选	2
	3、商务策划书制作	知识基础：（掌握） 商务策划书的基本格式和写作要求。	必修	2
		能力训练：（应用） 以真实或模拟项目为导入撰写商务策划书。	必修	4
		内容拓展：（了解） 商务策划书的撰写。	可选	2
	4、整合商务策划	知识基础：（掌握） 整合商务的定义、特征、理论基础、意义。	必修	2
		能力训练：（应用） 以真实或模拟项目为导入为企业做整合商务策划。	必修	4
		内容拓展：（了解） 整合商务产生背景。	可选	2
	5、商务效果测定	知识基础：（掌握） 商务效果测定指标、方法、程序。	必修	2
		能力训练：（应用） 以某个商务创意进行任务驱动进行商务效果的事前、事中、事后的测定。	必修	1
		内容拓展：（了解） 国外商务效果测定公司各种服务类型的介绍。	可选	1
学习基础	1、前导课程： 本课程的先修课程是“市场商务”和“商务学原理”，作为基础课。 2、服务课程：“品牌经营学”。 3、学生基础： 学生的基本条件：具备市场商务和商务学原理基础知识。			

	学生已具备的能力：商务策划、商务初步创意、媒体组合的能力。 学生对待本课可能的兴趣：对动手做商务创意与策划存在比较浓厚的兴趣，对理论学习可能感觉枯燥。 学生对待本课可能的亲和程度：比较欢迎本课程的商务创意演示与解说，对授课方式的改变可能存在不适应的现象。				
考核评价	情境 1	情境 2	情境 3	情境 4	情境 5
	调查报告评定 (60%) 答辩 (40%)	分析报告评定 (50%) 仿真 过程与结果 (50%)	评价别的策划 书的分析 (40%) 商务项 目策划书的撰 写 (60%)	闭卷笔试 (40%) 整合商 务项目策划评 定 (60%)	闭卷笔试 (50%) 商务 效果测定项目 评定 (50%)
	0.15	0.25	0.15	0.25	0.20
	课程教学效果评价方法： 以“保障学生实际工作能力培养”为指针，以有利于“学生主动性和创造力的开发利用、有利于实施“教学全过程动态质量管理”、有利于提高课程实施的“费效比”为原则，利用学院“学生评课、督导评课、同行评课、校外专家（专业指导委员会）评课”制度，对课程教学效果进行评价。				
教学方法	1、根据每个教学任务的行动需要和国家职业技能等级鉴定标准的要求，结合学生的学习特点和基础素质，考虑学院各方面的教学资源条件，设计教学进程、教学方法和手段。 2、综合应用“多媒体课堂教学、案例教学、实训教学、现场教学、网络学习”等教学手段。 3、根据各教学课题的行动特性，设计“过程化动态学习评价”的学习评价方式，综合、灵活使用“笔试（开、闭卷）、答辩、作品评价”等测试形式，对每个教学任务完成结果实施“实时性”考核。 4、网络平台辅助教学：课程教学过程中全程采用课程网络平台辅助。 5、仿真教学：利用学院的实践性教学基地，在虚拟环境中完全实现商务策划与创意真实系统的操作，是重点使用的教学手段之一。				

(2) 【学习情境标准】

学习情境 1	商务市场调查	6	
学习目标	1、方法选择、信息收集、整理、分析、结论与建议。 2、调查报告的撰写。		
职业标准	1. 调查目的的确定、调查方法的选择。 2. 调查现场的执行、数据的收集、统计、分析。		

	3、调查报告的出具。	
教学内容与教学方法	项目 1 内容： 知识： 商务调查的基本概念及原理 能力：调查目的的确定、调查方法的选择、调查现场的执行；数据的收集、统计、分析。 素质：观察力、组织力、协调能力的培养。	项目 1 方法： 案例分析。
	项目 2 内容： 知识：调查报告的撰写格式及要求。 能力：调查报告的撰写能力。 素质：商务调查知识的运用能力及文字表达力的培养。	项目 2 方法： 实际工作课题引导。
教学条件	完成任务：完成课堂教学与讨论。 主要设备：多媒体教学设备 1 套。	
教学活动	进程 1 教学内容：工作课题说明。 教学方法：案例分析。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：下达课题——讲解。 进程 2 教学内容：商务调查概念与理论。 教学方法：理论讲解。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解。 进程 3 教学内容：报告书的撰写。 教学方法：理论讲解与实例分析。 教学手段：课堂教学与工作课题解，决分组讨论。 教学环节：讲解——讨论——总结。 ——提交课题报告。	进程 1 教学内容：调查方法的选择。 教学方法：案例分析。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解——归纳。 进程 2 教学内容：调查现场管理。 教学方法：实际工作课题引导。 教学手段：多媒体课堂教学，网络交流。 教学环节：讨论——答辩。
考核点	各组课题分析思路、方法与结论。	案例分析结果。
教学资源	包括：课件、学习指南、PPT 讲稿、习题、测试、参考资料。并将这些教学资源资料上网。	

学习情境 2	商务策略	8	
学习目标	1、策略选择的标准。		

	2、策略的制订程序。	
职业标准	根据企业的商务环境及策略选择的标准选择商务策略。 熟悉商务策略的制订程序和细节。	
教学内容与 教学方法	项目 1 内容： 知识：策略选择的标准。 能力：根据企业的商务环境及策略选择的标准选择商务策略。 素质：观察力、组织力、协调能力的培养。	项目 1 方法： 案例分析。
	项目 2 内容： 知识：策略的制订程序。 能力：熟悉商务策略的制订程序和细节。 素质：观察力、组织力、协调能力的培养。	项目 2 方法： 实际工作课题引导。
教学条件	完成任务：完成课堂教学与讨论。 主要设备：多媒体教学设备 1 套。	
教学活动	进程 1 教学内容：工作课题说明。 教学方法：案例分析。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：下达课题——讲解。 进程 2 教学内容：策略的选择标准。 教学方法：理论讲解。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解。 进程 3 教学内容：报告书的撰写。 教学方法：理论讲解与实例分析。 教学手段：课堂教学与工作课题解决分组讨论。 教学环节：讲解—讨论—总结—提交课题报告。	进程 1 教学内容：策略的制订程序。 教学方法：工作课题引导。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解——归纳。 进程 2 教学内容：策略的选择原则。 教学方法：分组讨论。 教学手段：多媒体课堂教学，网络交流。 教学环节：讨论——答辩。
考核点	各组课题分析思路、方法与结论	案例分析结果。
教学资源	包括：课件、学习指南、PPT 讲稿、习题、测试、参考资料。并将这些教学资源上网。	

学习情境 3	商务策划书制作	8	
--------	---------	---	--

学习目标	商务策划书的基本格式和写作要求。	
职业标准	商务策划书制作及撰写能力。	
教学内容与教学方法	项目 1 内容： 知识：商务策划书的基本格式和写作要求。 能力：具备商务策划书制作的基本能力。 素质：观察力、理解能力的培养。	项目 1 方法： 案例分析。
	项目 2 内容： 知识：商务策划书制作。 能力：商务策划书制作及撰写能力。 素质：商务及商务知识的运用能力和文字表达力的培养。	项目 2 方法： 实际工作课题引导。
教学条件	完成任务：完成课堂教学与讨论。 主要设备：多媒体教学设备 1 套。	
教学活动	进程 1 教学内容：工作课题说明。 教学方法：案例分析。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：下达课题——讲解。 进程 2 教学内容：商务策划书的基本格式和写作要求。 教学方法：理论讲解。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解。 进程 3 教学内容：报告书的撰写。 教学方法：理论讲解与实例分析。 教学手段：课堂教学与工作课题解决分组讨论。 教学环节：讲解——讨论——总结——提交课题报告。	进程 1 教学内容：商务策划书的制作及撰写。 教学方法：工作课题引导。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解——归纳。 进程 2 教学内容：商务策划书的审核与修正。 教学方法：分组讨论。 教学手段：多媒体课堂教学，网络交流。 教学环节：讨论——答辩。
考核点	各组课题分析思路、方法与结论。	案例分析结果。
教学资源	包括：课件、学习指南、PPT 讲稿、习题、测试、参考资料。并将这些教学资源上网。	

学习情境 4	整合商务策划	8	
--------	--------	---	--

学习目标	1、整合商务策略的制订。 2、整合商务策划书的撰写。	
职业标准	1、整合商务策略的制订标准与程序。 2、整合商务策划书的撰写。	
教学内容与教学方法	项目 1 内容： 知识：整合商务策略的制订。 能力：根据企业的商务环境制订具体整合商务策略。 素质：观察力、组织力、协调能力的培养。	项目 1 方法： 案例分析。
	项目 2 内容： 知识：整合商务策划书的撰写。 能力：整合商务策划书的撰写能力。 素质：知识的运用能力、文字表达力的培养。	项目 2 方法： 实际工作课题引导。
教学条件	完成任务：完成课堂教学与讨论。 主要设备：多媒体教学设备 1 套。	
教学活动	进程 1 教学内容：工作课题说明。 教学方法：案例分析。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：下达课题——讲解。 进程 2 教学内容：整合商务策略的制订。 教学方法：案例分析。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解。 进程 3 教学内容：报告书的撰写。 教学方法：理论讲解与实例分析。 教学手段：课堂教学与工作课题解决分组讨论。 教学环节：讲解——讨论——总结——提交课题报告。	进程 1 教学内容：整合商务策划书的撰写。 教学方法：工作课题引导。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解——归纳。 进程 2 教学内容：整合商务策划书审核与修正。 教学方法：分组讨论。 教学手段：多媒体课堂教学，网络交流。 教学环节：讨论——答辩。
考核点	各组课题分析思路、方法与结论。	案例分析结果。
教学资源	包括：课件、学习指南、PPT 讲稿、习题、测试、参考资料。并将这些教学资料上网。	

学习情境 5	商务策划效果测定	4	
学习目标	1、商务策划效果测评问卷的设计。 2、商务策划效果测定调查报告的撰写。		
职业标准	1. 商务策划效果测评问卷的设计。 2. 商务策划效果测评调查现场的执行、数据的收集、统计、分析。 3、商务策划效果测评调查报告的出具。		
教学内容与 教学方法	项目 1 内容： 知识：商务策划效果测评问卷的设计与执行。 能力：能根据商务策划具体情况设计商务策划效果测评问卷、数据的收集、统计、分析。 素质：观察力、组织力、协调能力的培养 。	项目 1 方法： 案例分析。	
	项目 2 内容： 知识：商务策划效果测评调查报告的撰写格式及要求。 能力：商务策划效果测评调查报告的撰写能力。 素质：商务策划效果测评调查知识的运用能力及文字表达力的培养。	项目 2 方法： 实际工作课题引导。	
教学条件	完成任务：完成课堂教学与讨论。 主要设备：多媒体教学设备 1 套。		
教学活动	进程 1 教学内容：工作课题说明。 教学方法：案例分析。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：下达课题——讲解。 进程 2 教学内容：商务策划效果测评调查概念与理论。 教学方法：理论讲解。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解。 进程 3 教学内容：商务策划效果测评报告书的撰写。 教学方法：理论讲解与实例分析。 教学手段：课堂教学与工作课题解决分组讨论。	进程 1 教学内容：调查方法的选择。 教学方法：案例分析。 教学手段：多媒体课堂教学。 教学环节：讲解——归纳。 进程 2 教学内容：调查现场管理。 教学方法：实际工作课题引导。 教学手段：多媒体课堂教学，网络交流。 教学环节：讨论——答辩。	

	教学环节：讲解——讨论——总结——提交课题报告。	
考核点	各组课题分析思路、方法与结论。	案例分析结果。
教学资源	包括：课件、学习指南、PPT 讲稿、习题、测试、参考资料。并将这些教学资源上网。	

(3) 【教学建议】

1) 教学设施：利用仿真软件、计算机网络等现代技术，建立仿真实操的教学环境；利用校内实训基地建立模拟工作环境；多媒体教室；校园网资源（可以直接上网登录本课程教学资源，进行网络课程学习、提交作业和报告、进行在线练习和辅导、自我测试和查阅专业辅导资料）。

2) 师资需求：教学团队由“主讲教师、实训指导教师”组成；主讲教师负责课程主要教学任务，并承担学生网络学习、自我学习指导，实训指导教师协助主讲教师，完成工作项目模拟实操教学的指导工作。

选择具有“双师素质”的教师担任主讲教师，职称搭配；实训指导教师由校内特聘教师或行业企业商务经理、商务经理组成，协助主讲教师，共同完成实训教学任务。

3) 教学效果评价方案：以“保障学生实际工作能力培养”为指针，以有利于“学生主动性和创造力的开发利用、有利于实施“教学全过程动态质量管理”、有利于提高课程实施的“费效比”为原则，利用学院“学生评课 60%、督导评课 20%、同行评课 5%、专家（专业指导委员会）评课 15%”制度，对课程教学效果进行评价。