

## 《客户服务管理》课程基本情况

为了更好地满足学生个性化学习的需要及进一步提高课程教学的效果和效率，2021年10月，客户服务管理课程在智慧职教平台以商务管理专业群资源库课程名誉正式上线。2022年1月，课程在智慧职教MOOC学院正式开班授课，2022年1月，课程入选国家职业教育智慧教育平台。客户服务管理作为工商企业管理长久开设的专业课程，2019年3月，课程以客户关系管理之名开始在我校优慕课平台建设网络课程，并成功获得我校第一批数字化在线课程建设与混合式教学模式改革立项建设课程之一。2019年7月开始使用，先后为我校2016、2017、2018级工商企业管理专业超600名学生服务。2021年7月，客户服务管理（客户关系管理）数字化在线课程建设与混合式教学模式改革项目成功结项。2021年6月，客户服务管理（客户关系管理）被立项为我校精品在线开放课程。此外，为了更好地发挥课程立德树人之功效，2020年1月，客户服务管理还以客户关系管理之名获我校首批课程思政示范课程建设立项，2022年7月，客户服务管理（客户关系管理）课程思政示范课程建设项目成功通过结项；2023年1月客户服务管理（客户关系管理）之名认定为我校课程思政教育优秀案例。

作为线上线下混合式课程，课程组通过发布数字化教学资源并组织在线教学活动，学生通过观看数字化教学资源，在线参与相关讨论、测试、作业与考试，客户服务管理已经在智慧职教MOOC学院完整地实现了3期教与学的全过程。课程基本要素齐全，具体包括课程介绍、课程大纲、教学视频、导学资源、主题讨论、在线作业、附件作业与测试题等。课程遵循教育教学规律，体现现代教育思想，教学目标明确，课程内容规范完整，教学方法注重信息技术与教学深度融合，评价考核合理，反映学科、专业基本内容与最新发展成果且内容更新完善及时。课程适合网络化公开传播，不存在思想性或科学性问题的，并有正确的价值导向；无危害国家安全、涉密的内容；无侵犯他人知识产权的内容。

客户服务管理采用学期制模式，开课教师对所有慕课资源和教学活动开放时间和进度的有序安排，包含主要学习专题、学习单元的内容结构。通常

按周或相对固定的周期开放教学资源，组织教学活动。现在，课程每期8讲以上，每讲包括教学视频和相关活动，教学视频总时长超400分钟。在学习活动上，客户服务管理按照教学计划为学习者提供一系列线上作业、测试、考试，以及线下考试等学习活动；及时开展在线指导与测评。对于学生的学习评价，客户服务管理按照事先公布的考核方式与成绩获得方式，对学生学习成果及时进行累加式、形成性或总结性评价。在教学服务上，客户服务管理课程负责人已经通过所在高校或慕课平台的资格认定，课程团队师德好、教学能力强、教学经验丰富，结构合理、人员稳定，除课程负责人和主讲教师外，还配备了必要的助教，保障课程教学正常有序进行。

总而言之，客户服务管理尽管以客户关系管理、互联网客户开发与与管理、数智客户服务等多名称出现在工商企业管理不同批次的人才培养方案之中，但课程具有一技具有丰富一线教学经验的较优秀的课程团队，在“立德树人”“互联网+教育教学”“以学生为中心”等理念指导下，课程与我校工商企业管理专业人才培养定位、学生学情相适应，对学生未来发展有引领作用，对学生的复杂性思维养成、问题求解能力建立有重要价值。教学课件制作规范、逻辑清晰、布局规整、更新及时、可用性强，覆盖所有教学内容。教学视频制作规范、画面清晰、声音饱满。课程具有较强大的题库，知识覆盖全面、难易搭配较合理。考核评价能够兼顾线上考核与线下考核、兼顾过程性评价与结果性评价；能够结合课程特点，标准明晰。教学文件齐全，学生参与度高，师生互动较好。教学围绕课程核心内容，突出问题导向，引导学生启发式探究式学习。教学过程中能够充分运用信息技术手段提升教学效果，如，在教学视频中嵌入动画，设置交互式客户投诉业务处理虚拟仿真实训及基于智慧职教MOOC学院大数据分析改进教学效果等。除MOOC课外，到目前为止，客户服务管理累计选课人数958人，包括智慧职教MOOC学院43所高校548人次及5所高校SPOC课410人次，推广初见成效。